

Prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam

ISSN 1451-2661

LOVET

TURISTIČKI

LOVET

DECEMBAR 2017 / JANUAR 2018



MK Mountain Resort
HOTELS & APARTMENTS KOPAONIK
★★★★

BUDUĆNOST U ZNAKU MEDICINSKOG TURIZMA

PROF. DR SLOBODAN UNKOVIĆ:

LAUREAT NAJVEĆEG
PRIZNANJA **UNWTO**



Proглаšeni **AMBASADORI**
DOBRE USLUGE 2017.

BG SC KOVILOVO Beograd
Hotel PRESIDENT



*Želimo Vam
srećne Božićne
i Novogodišnje
praznike!*



★★★★★
HOTEL IZVOR
Arandjelovac



Srećni praznici!



★★★★★
HOTEL SLOBODA
Šabac



*Srećne novogodišnje i
božićne praznike
i u svakom smislu
uspješnu 2018. godinu*

želi vam vaš



SVET
TURISTICKI
SVET

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 16 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 sazajnih 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



SVET TURISTIČKI SVET

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 BANOVIĆ-ĐORĐEVIĆ, Peđa FILIPOVIĆ, Radmila TAMINDŽIĆ, Jelena ĐAKOVIĆ, Dušan VESELINOVIĆ, Marko JELIĆ, Jelena KALIČANIN, Lelica TODOROVIĆ, Dragica TOMKA, Mina PAUNOVIĆ, Vesna MILOJEVIĆ, Siniša ŽIVKOVIĆ, Goran ZLATKOVIĆ

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":
40 evra (Srbija) - 80 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



24

Ivona Borojević: Na samom vrhu



40

Zemlja sunca i nestvarnih pejzaža



54

Lekcija o liderstvu iz prve ruke



Decembar 2017 / Januar 2018.
Godina XV, Broj 84

Na naslovnoj strani:
HOTEL GRAND - KOPAONIK



48

Poljska - jedinstveno bogatstvo raznolikosti



74

Dr Aleksandar Jokić: Ispisujemo novu stranicu istorije

*POŠTUJTE SVE ONE SA KOJIMA RADITE, VRŠITE IZBOR NAJBOLJIH, DAJTE IM ŠANSU DA
OBAVLJAJU SLOŽENIJE POSLOVE I BUDITE UVERENI DA ONI TO NEĆE ZABORAVITI.*

Prof. dr Slobodan Unković



Sjaj hotelskih apartmana



Hotel de Charme les Airelles: Savremena bajka



Božidar Stefanović: „Chef of the year 2017“



Maderotherapy wellness ritual



Nova godina u Gradu svetlosti



Luvr Abu Dabi: Simbol jedinstva i stvaralaštva

IDEO LUX U NIŠU

Nakon pet godina gradnje i uređenja, Niš je nedavno dobio još jedan hotel sa tri zvezdice – Ideo Lux.

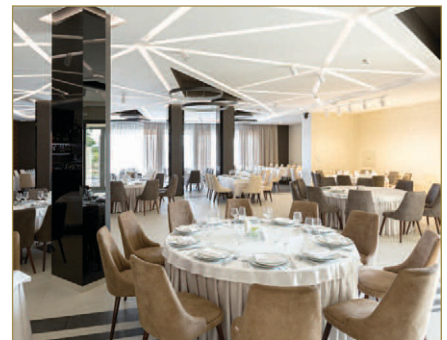
Hotel ima 18 luksuznih soba, koje su po strukturi jednokrevetne, dvokrevetne i trokrevetne, a u ponudi hotela nalaze se i apartmani. Kapacitet hotela čine 42 ležaja, uz mogućnost dodavanja pomoćnih ležajeva.

Sve sobe su u potpunosti opremljene higijenskim i kozmetičkim setovima, kao i pratećim elementima koji će gostima upotpuniti boravak u hotelu. Takođe, gostima je na raspolaganju *room service*.

U sklopu hotela se nalazi i luksuzni *à la carte* restoran sa internacionalnom kuhinjom i ponudom najraznovrsnijih alkoholnih i bezalkoholnih pića. U restoranu je moguće organizovati i različite vrste svečanih proslava. Kapacitet restorana je do 170 mesta.

Hotel poseduje i sopstveni parking, koji je besplatan za goste, i koji je pod 24-časovnim nadzorom.

Vlasnik ovog hotela, koji je prve goste primio početkom septembra, je Milan Stošić – mladi i uspešni preduzetnik iz Niša.



ABBA U BEOGRADU

Beograd je 1. decembra dobio Abba hotel sa 4 zvezdice. Smešten u Kruševačkoj ulici, na samo 500 metara od auto-puta, ovaj hotel raspolaže sa 44 moderno opremljene smeštajne jedinice, od kojih je 5 apartmana.

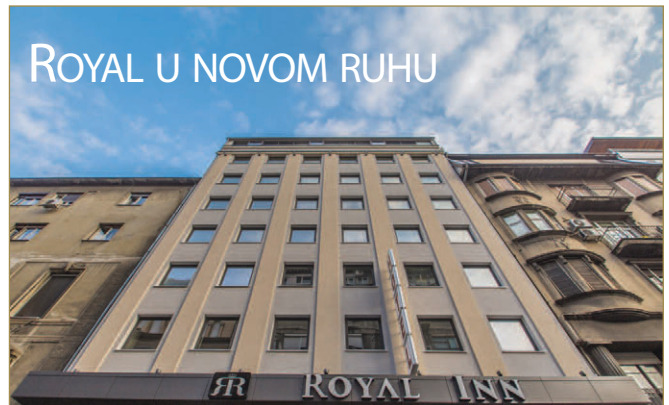
Zbog blizine auto-puta, objekat je zvučno izolovan, te gosti mogu da uživaju u mirnom odmoru.

Hotel Abba poseduje i konferencijski prostor, opremljen uređajima najnovije tehnologije, sa besplatnim pristupom internetu. Idealan je za organizovanje poslovnih sastanaka i seminara.

Gostima hotela je obezbeđen besplatan parking, kao i bogat švedski sto za doručak. A na petom spratu nalazi se bar sa terasom, sa koje se pruža jedinstven pogled na grad.



ROYAL U NOVOM RUHU



Nekadašnji hotel Royal u Ulici kralja Petra u Beogradu, nakon kompletnog renoviranja i modernizacije, svoja vrata za goste otvorio je 15. decembra kao Royal Inn sa 3 zvezdice.

Ovaj hotel nalazi se u jednoj od najstarijih i najlepših ulica u Beogradu i raspolaže kapacitetom od 97 jednokrevetnih i dvokrevetnih komfortnih soba.

Svaka soba poseduje mini bar, LCD televizor sa besplatnim pristupom kablovskoj televiziji i besplatan Wi-Fi internet.

U sklopu hotela nalaze se restoran i bar.

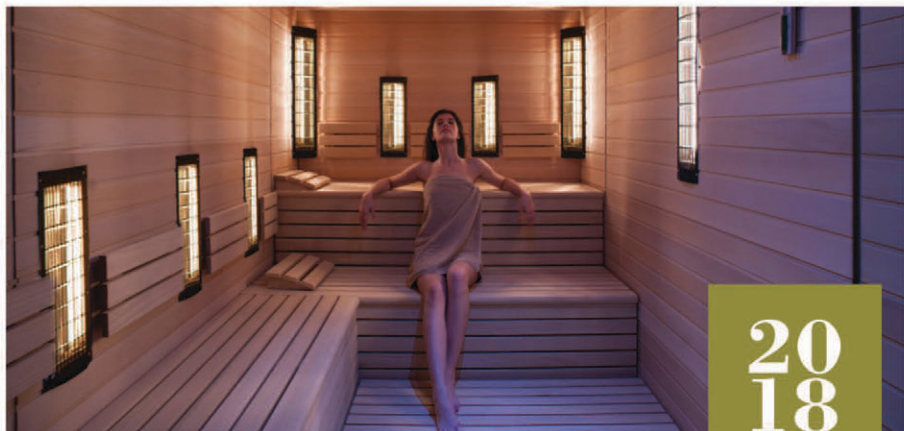
Imajući u vidu da se nalazi u centralnoj gradskoj zoni, hotel Royal Inn je zvučno izolovan, tako da pored svih pogodnosti, gostima pruža i miran odmor.



VERDE COMPLEX

HOTEL ★★★★★ LUX

CONFERENCE / SPORT / WELLNESS & SPA



20
18

Srećni praznici Season's Greetings

www.verdecomplex.com

*Срећна Нова година
и Божић*



ДУНАВ ОСИГУРАЊЕ

Пријатељ остаје пријатељ



VEĆ 100 GODINA ČINIMO SVET SLAĐIM!

Kompanija Pionir doo jedan je od vodećih proizvođača konditorskih proizvoda na jugu Evrope i ime koje je već 100 godina sinonim za tradiciju i vrhunski kvalitet. Ponosni smo, jer u vremenu kada se sve menja brže nego ikad, malo je kompanija koje se mogu pohvaliti stogodišnjom tradicijom i kvalitetom koji traje.

Ključ uspeha Pionira je u neprestanom fokusu na razvoj i usavršavanje procesa kako bi se obezbedio vrhunski kvalitet proizvoda po kojem je kompanija Pionir i te kako prepoznatljiva. Zadovoljstvo naših potrošača je imperativ kome svakodnevno težimo, a poverenje koje smo uspehli da izgradimo je naš najdragoceniji resurs. Uz naše proizvode *Medeno srce*, *Negro* i *Karamel bombone*, *Galeb* čokolade i mnoge druge, rasle su generacije potrošača,

a kroz stalne inovacije u asortimanu proizvoda, svakodnevno stičemo nove ljubitelje naših proizvoda.

Put do prvih 100 godina počeo je od male privatne radionice, osnovane 1917. godine, koja je bila u posedu porodice Ruff. Pionir je prešao put nacionalizacije i pod ovim nazivom se pojavljuje od 1946. godine. Proizvodi po kojima je Pionir prepoznatljiv - *Mentol* i *Negro bombone* proizvode se još od 20-ih i 30-ih godina prošlog veka, *Galeb* čokolada od 50-ih godina, a kulturni brendovi *Medeno srce* i *Slatko srce* lansirani su u periodu od 1978. godine.

Godine 1998. izvršena je vlasnička transformacija Pionira i kompanija je postala članica uspešnog poslovnog sistema ALCO grupe. Od tada

posluje prema standardima i modelima poslovanja najvećih svetskih proizvođača konditorskih proizvoda, i sama postavlja visoke standarde u proizvodnji svih konditorskih grupa: bombona, pećiva, čokoladi i deserata.

U godini jubileja želeli smo da se zahvalimo svim dragim potrošačima na ukazanom poverenju i za sve



njih lansirali smo ekskluzivna, specijalno dizajnirana pakovanja limenki *Negro bombona* i *Medenog srca*.

U prvih 100 godina izgradili smo imidž uspešne kompanije, orijentisane na visok kvalitet proizvoda i zadovoljstvo potrošača. Pored toga, mi smo i društveno odgovorna kompanija sa snažnim timskim duhom i kvalitetnim ljudima koji čine Pionir onim što on jeste.

I već čitavih 100 godina imamo jednu važnu misiju koju ćemo nastaviti da živimo i dalje, a to je da svet činimo slađim!



Pionir

100 godina
sa Vama



Srećni praznici!

CAPITAL HOTEL U BEOGRADU

Capital Hotel, novi objekat inovativnog dizajna sa četiri zvezdice, otvoren je 20. decembra u strogom centru Beograda, neposredno uz Knez Mihailovu ulicu, na uglu Kralja Petra i Cara Lazara.

Hotel ima 36 soba, od čega su 3 *executive* sobe, 6 standardnih *double* i 27 *superior double/twin*.

- Naš hotel predstavlja mirnu oazu u samom centru svih dešavanja u Beogradu. Pored luksuznog smeštaja u moderno dizajniranom prostoru, nudi ponešto za svakog gosta, bilo da dolazi poslovno ili je u pitanju privatna turistička poseta – poručuju iz Belgrade Hotels Group, u okviru koje posluju i hoteli Astoria, Mr. President, Admiral Arena Hotel, Side One Design Hotel, Villa Mystique i Compass River City.



Uzbudljiv
dodir
prirode
Voćni Knjaz

Remix Knjaz Superior narandža, sa superiornim ukusom brazilske narandže i čak 15% voćnog soka je kombinacija jednostavnih, kvalitetnih, prirodnih sastojaka i pravi užitek za sva čula.

HOTELSKA SOBA BUDUĆNOSTI

Imajući u vidu da tehnologija dobija sve aktivniju ulogu u svakodnevnom životu, najveći svetski hotelski lanac "Marriott International" udružio se sa dve vodeće kompanije - "Samsung" i "Legrand" - i pokrenuo novi koncept u hotelskoj industriji, predstavivši sobu budućnosti "Internet of Things" (IoT).

Tehnologija unutar ove "pametne" sobe tako, na primer, omogućava korisniku da od virtuelnog asistenta zahteva da ga alarm probudi u 6:30h, da pokrene vežbe joge na ogledalu u punoj veličini, zatraži dodatne usluge od hotelskog domaćinstva ili započne tuširanje na željenoj temperaturi, i to sve putem glasovne komande ili aplikacije. Takođe, svi ti podaci se čuvaju na profilu svakog gosta i zahvaljujući njima, hotel može gostu da pruži personalizovanu uslugu.

Nakon tromesečnog testiranja IoT sobe, "Marriott", "Samsung" i "Legrand" će analizirati povratne informacije kako bi nastavili sa unapređenjem hotelskog iskustva, a ovakve sobe bi mogle da zažive u hotelima u narednih pet godina.



ORION BIZ PONUDA

All-in-1 paketi

Mi modernizujemo Vašu firmu, jednim paketom!

Orion All-in-1 STANDARD

PROMO CENA

€ 74.99

€ 49.99*

mesečno

Biz Print Flat

Uređaj renomiranih proizvođača, **neograničen** broj odštampanih strana.

Internet Flat 20/10 Mbs

Asimetričan pristup Internetu, do 10 računara, **best effort service**.

Biz-V Flat Fix

Fiksna telefonija, 1 voice linija, 1 e-fax, **neograničen** saobraćaj prema svim fiksnim mrežama u Srbiji (lokalni i međugradski pozivi).

Ponuda važi uz ugovor na 24 meseca. * Prikazane cene su date u evrima (EUR) i bez uračunatog PDV-a. Plaćanje u dinarskoj protivvrednosti po srednjem kursu NBS na dan fakturisanja.

011 4100 007
biz.prodaja@oriontelekom.rs

ORION
telekom

NA SAJMU U TIRANI



Na 24. Međunarodnom sajmu privrede u Tirani – PANAIR 2017, u novembru ove godine, učestvovala je već drugu godinu zaredom i kompanija Alfa Plam, kao predstavnik Alco grupacije, a u organizaciji Privredne komore Srbije i Razvojne agencije Srbije.

Sve vreme tokom trajanja Sajma, štand kompanije Alfa Plam bio je izuzetno posećen. Veliko interesovanje pokazali su ne samo krajnji potrošači, već i kompanije i trgovinski lanci zainteresovani za potencijalnu saradnju. Najviše su bili zainteresovani za proizvode na pelet čija se prodajna ekspanzija na ovom tržištu očekuje u narednim godinama. Štand kompanije Alfa Plam posetila je i delegacija Republike Srbije, koju su predvodili Goran Knežević, ministar privrede u Vladi Srbije, i Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije.

U subotu 25. novembra održana je prva skupština Trgovinsko-industrijske komore Albanija-Srbija na kojoj se učesnicima obratio i Mirosljub Aleksić, potpredsednik

Privredne komore Srbije i predsednik Alco grupacije. On je tom prilikom istakao da je jačanje privredne saradnje naših zemalja od suštinske važnosti za razvoj obe zemlje ali i čitavog regiona. Učesnicima skupštine obratili su se i albanski premijer Edi Rama i ministar ekonomije i finansija Arben Ahmetaj.

Sva iskustva stečena tokom ove i mnogih drugih realizovanih aktivnosti, zaposleni u Alfa Plamu će iskoristiti u narednom periodu kako bi ostvarili nove ciljeve i izazove koji ih očekuju u 2018. godini. Već su u toku pripreme za učešće na međunarodnom sajmu „Progetto Fuoco“ u Veroni (od 21. do 25. februara 2018. godine). Reč je o jednom od najvećih skupova proizvođača grejnih tela Evrope i sveta, na kojem kompanija Alfa Plam, sad već tradicionalno, učestvuje i sa kojeg se, po običaju, vrati sa novim poslovnim ugovorima o plasmanu svojih proizvoda. Biće to dobra prilika da se najave novi modeli iz asortimana kompanije za narednu sezonu, oslušnu evropski trendovi i odmeri snaga sa konkurencijom.



Srećni praznici!

DINO

peć na pelet za etažno grejanje

ALFA PLAM

Prodajni saloni:

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



www.alfaplam.rs



AMBASADORI dobre usluge



2017

Najveća priznanja u hotelskoj industriji Srbije – „Ambasadori dobre usluge“ za 2017. godinu, dodeljena su na Gala večeri hotelijera, održanoj 15. decembra u beogradskom hotelu „Crowne Plaza“, u organizaciji redakcije časopisa „Turistički Svet“, pod pokroviteljstvom Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije.

O dobitnicima priznanja odlučivao je šestočlani Stručni žiri, u sastavu: **prof. dr Slobodan Unković** - Univerzitet Singidunum, predsednik Žirija, **Radomir Samčević** – osnivač i direktor Agencije HT, **prof. dr Ljiljana Kosar** - Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, **Jelena Šuleić** – generalni direktor grupacije „A Hoteli“, **Peđa Filipović** – osnivač Wellness akademije PF, i **Ljiljana Rebronja** – glavni

i odgovorni urednik „Turističkog Sveta“. Za hotel godine proglašen je beogradski „Square Nine“, dok je priznanje „Ambasadori dobre usluge“ u kategoriji „Prodaja i marketing“ dodeljeno hotelu „Courtyard by Marriott Belgrade City Center“, u kategoriji „F&B“ hotelu „Hyatt Regency Beograd“, a u kategoriji „Recepcija“ hotelu „Crowne Plaza Beograd“. Za sektor Domaćinstva nagrađen je „Zepter

Hotel Beograd, a za visok kvalitet usluge **Garni hotel „Townhouse 27“** iz Beograda.

Priznanje za najbolji wellness & SPA centar dodeljeno je **hotelu kompanije Alco grupe „Izvor“** - Arandjelovac, a hotelu **„Premier Aqua“** iz Vrdnika – za najbolji hotelski medicinski centar.

Lider hotelske industrije 2017. godine, po odluci Stručnog žirija, je **Ivona Borojević** – generalni menadžer lanca „Prezident Hoteli“, dok je šef kuhinje hotela „Falkensteiner Beograd“ **Božidar Stefanović**, postao „Chef of the Year 2017“. Titulu „Ambasador dobre usluge“ za 2017. godinu ponela je **Jeannine Litmanowicz** – direktorka „Magic Balkans“ iz Izraela, za uspešnu međunarodnu promociju Srbije.

„Press zvezdica“ dodeljena je **hotelu „Hill“** iz Jagodine, a priznanja za „Novi kvalitet“ pripala su mladim beogradskim hotelima **„Saint Ten“** i **„TESLA Smart Stay“**.

Studio „Maruška“ iz Čačka dobitnik je priznanja u kategoriji „Turistički modni brend Srbije“, a beogradska firma **„Austrochem“ d.o.o.** u kategoriji „Partner godine hotelske industrije Srbije“.

Hotelu „Majestic“ - Beograd pripala je Zlatna povelja „Ambasadori dobre usluge“ za 80 godina trajanja u hotelskoj industriji Srbije i borbe za kvalitet usluge.

Po prvi put dodeljeno je priznanje **„Guest Star“** najboljem hotelu u Crnoj Gori, koja je zemlja-partner ove nagrade za 2017. godinu. Najbolji hotel birala je publika, glasavši za jedan od 5 hotela na predlog Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Priznanje „Guest Star 2017“, po izboru gostiju, pripalo je **hotelu „Splendid“** u Bečićima.

Priznanje „Ambasadori dobre usluge“ za 2017. godinu naknadno će biti uručeno **reviji „Top Srbija“** iz Novog Sada u kategoriji „Medijski partner hotelsko-turističke industrije“, firmi





Za snove u boji...

www.nenateks.com





Već gotovo 30 godina kompanija NENATEKS iz Šapca uspešno razvija proizvodnju kućnog i profesionalnog tekstila, kreirajući najkvalitetnije proizvode za domaćinstva, poslovne objekte, restorane i hotele, vođena vizijom vlasnika da je kvalitet na prvom mestu. Jednako kao i praćenje trendova u tekstu i zahteva klijenata. Poslednjih 10 godina u NENATEKSU se radi po ISO 9001 standardu.

NENATEKS koristi isključivo kvalitetne materijale i radi sa renomiranim proizvođačima. Jedni su od retkih koji u ponudi imaju organski pamuk, damast materijal nemačkog porekla, koji se odlično pokazao u hotelskoj industriji.



U njihovom hotelskom programu nalaze se: protektori, naddušeci, posteljine, jastuci, jorgani, prekrivači, peškiri, zavese, black out... svi tekstilni proizvodi za hotelske sobe i krevete, ZA SNOVE U BOJL...

Ovi proizvodi vrhunskih performansi nastaju u proizvodnim pogonima opremljenim najsavremenijim mašinama, kao što su mašine za štepanje, mašine za vez, linija za proizvodnju jastuka...

Gotove proizvode plasiraju putem on line prodaje, kao i u maloprodajnim objektima u Šapcu i na Zlatiboru, a u toku 2018. otvoriće prodaju i u Beogradu, a saraduju i sa velikim trgovačkim lancima i hotelima.





„Proficiscor“ d.o.o. - Zagreb, Republika Hrvatska, u kategoriji „Organizacija internacionalnih foruma hotelijera“, baš kao i zlatna povelja „Ambasadori dobre usluge“ **Veri Borovčanin** iz beogradskog hotela „Palace“, za 15 godina podrške i lične posvećenosti razvoju projekta „Ambasadori dobre usluge“ – sektor domaćinstvo.

Voditelj programa Gala večeri hotelijera bio je **Miša Ćirić**, dok su gosti imali priliku da uživaju u muzičkim numerama **sestara Gobović** i benda „Notre Dame“, kao i u pesmi „Objašnjenje“ Mike Antića koju je kazivao wellness ambasador Srbije i Crne Gore **Peđa Filipović**.

Gala večeri hotelijera i njihovih poslovnih partnera prisustvovalo je više od 220 predstavnika najuglednijih hotelijera Srbije, gostiju iz zemlje i inostranstva, uglednih javnih ličnosti iz turizma i poslovnog života zemlje, kao i predstavnici diplomatskog kora, medija, prijatelja turizma. U prijatnom ambijentu, odlično organizovanom događaju, sjajnoj muzici, opuštenoj atmosferi i druženju proteklo je i ovogodišnje Gala večer, koje će mnogi, naročito dobitnici nagrada sigurno pamtili kao jedan lep susret ponosnih pripadnika elitne profesije „ambasadora dobre usluge“ – bar do sledeće godine i nove Gala večeri hotelijera.

Foro: Siniša Živković & Goran Zlatković

PARTNER GALA VEČERI HOTELIJERA

92PTS

2017
Decanter
WORLD WINE AWARDS
SILVER

Pročitaj vino, okusi

CREDO*

www.vinarijavirtus.rs



*najbolje ocenjeno crveno vino iz Srbije na Decanter 2017

88PTS

2017
Decanter
WORLD WINE AWARDS
BRONZE

Pročitaj vino, okusi

MARSELAN*

www.vinarijavirtus.rs



*savršen sklad kvaliteta i cene



Ekskluzivna oznaka kvaliteta, simbol prestiža



Već čitavih 11 godina redakcija časopisa *Turistički Svet* dodeljuje timsko priznanje Ambasadori dobre usluge najuspešnijima u hotelskoj industriji, turizmu i pratećoj privredi, onima koji su se izdvojili od drugih: uspešnim poslovanjem, beskompromisnim kvalitetom, novim standardima, avangardnim projektima, kreativnim, profitabilnim konceptima, praktičnim veštinama..., onima koji stalno ulažu u svoj razvoj i razvoj svojih zaposlenih.

Ovim priznanjima redakcija javno iskazuje zahvalnost onima koji to zaslužuju u hotelskoj industriji, u ime svih onih koji su zaboravili da je zahvalnost i poštovanje zaposlenih najjači vetar koji podiže krila svih malih i velikih „ambasadora dobre usluge“ u interesu kompanija u kojima rade. I to činimo od srca, s uverenjem da se i tako zaposleni mogu motivisati da u posao ulaze sa strašću i da ga rade posvećeno kao lideri bez naimenovanja, kako voli da kaže Robin Šarma.

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

Zato vam s ponosom predstavljam ovogodišnje „ambasadore“, među kojima su po prvi put i “ambasadori” iz drugih zemalja, što je dobar znak da se naša porodica širi. Radujem se njihovom uspehu i čestitam im u ime *Turističkog Sveta* i Stručnog žirija, na čijem čelu je prof. dr Slobodan Unković, emeritus. Želim im da u novoj godini budu još bolji i uspešniji, da hrabro odgovaraju na izazove, da čvrsto stoje na bedemu kvaliteta i da, uprkos svemu, idu u susret promenama, jer je to jedini izvesni put - do uspeha.

Ljiljana Rebronja



Ambasadori dobre usluge 2017



**Squar Nine Hotel
Beograd**
Hotel godine 2017



Ivona Borojević
Lider hotelske industrije
2017



**Hotel Courtyard by
Marriott Belgrade
City Center**
Prodaja & Marketing



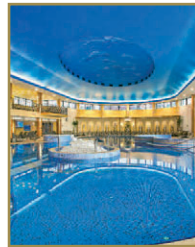
**Hotel Crowne Plaza
Belgrade**
Recepcija



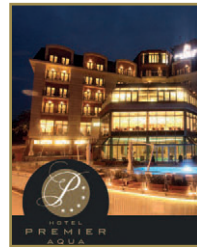
Zepher Hotel Beograd
Domaćinstvo



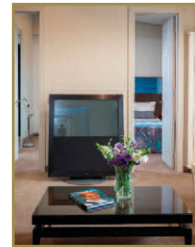
**Hotel Hyatt Regency
Beograd**
Food & Beverage



**Hotel Izvor
Arandelovac**
Wellness & SPA



**Hotel Premier Aqua
Vrdnik**
Medicinski centar



**Boutique Garni Hotel
Townhouse 27
Beograd**
Kvalitet usluge



Božidar Stefanović
Hotel Falkensteiner
Beograd
Chef of the year 2017



**Saint Ten Hotel
Beograd**
Novi kvalitet



**Hotel Tesla - Smart
Stay - Beograd**
Novi kvalitet



**Hotel Hill
Jagodina**
PRESS zvezdica



**Studio Maruška
Čačak**
Turistički modni brend
Srbije



**Austrochem doo
Beograd**
Partner godine



**Proficiscor doo
Republika Hrvatska**
Organizacija Adria
Hotel Forumu



Jeannine Litmanowicz
Israel
Ambasador dobre
usluge



**TOP Srbija
Novi Sad**
Medijski partner



**Hotel Majestic
Beograd**
Zlatna povelja
za 80 godina trajanja



INTERVJU: **IVONA BOROJEVIĆ**, GENERALNI MENADŽER, PREZIDENT HOTELI

NA SAMOM VRHU



Za **Ivonu Borojević**, generalnog menadžera *Prezident hotela*, 2017. biće godina koja će sigurno imati posebno mesto u njenom profesionalnom portfoliju. Pored nesumnjivog poslovnog uspeha, prošla godina bila je obeležena značajnim svetskim i nacionalnim priznanjima za hotelsku kuću koju vodi, a zaokružena njenim najvećim ličnim priznanjem – *Leader hotelske industrije Srbije*. Ova mlada dama koja je još 2012. proglašena za najboljeg mladog menadžera u srpskom hotelijerstvu, uspeła je da hotel *Prezident***** dovede, prvo, do treće uzastopne nagrade Novosadskog sajma, a početkom decembra i do prestižnog svetskog priznanja *World Luxury Hotel Award*. Veoma posebna u svakom smislu, Ivona s ponosom stoji iza postignutih rezultata i još jedne pozicije - potpredsednika Udruženja hotelijera u Privrednoj komori Srbije, koju doživljava kao šansu da svojim velikim iskustvom doprinese promenama u hotelskoj industriji Srbije.

Ko je najviše uticao na njeno formiranje kao lidera, da li je imala uzor, šta je želela da bude a šta je postala, kako se oseća u koži hotelijera, kakva je njena poslovna filozofija, a šta njen leaderski kreda, kako vidi budućnost i šta bi poručila kolegama i mladim ljudima koji tek ulaze u profesiju... kazuje lično **Ivona Borojević** - *li - der hotelske industrije Srbije*.

- Od mnogih teških stvari, rekla bih da je najteže pisati o sebi i o onome šta si u životu postigao, jer o poslovnim uspesima, kažu, govore, pre svega, dela, a ne reči! Ali kako je ovo za mene još jedan izazov, rado ga prihvatam.

Rođena sam 1984. godine u prelepom primorskom gradiću Kotoru. Detinjstvo sam provela u Somboru, gde sam i završila društveno-jezičku gimnaziju *Veljko Petrović*, u kojoj sam zaista provela najbezbriznije godine svog života. Još tada u meni se rodio borbeni duh i želja da se istaknem u školi, u društvu, na mnogobrojnim školskim takmičenjima... U tome me s žarom podržavao i podsticao moj otac Mirko, koji je definitivno i moj životni uzor i idol. I priznajem: zahvalna sam mu na svim savetima koje mi je davao, jer su me odveli baš tamo gde sam i htela - na sam vrh!

LIDER S FAKTOROM X

Magistrirala sam na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu, na Departmanu za industrijsko inženjerstvo i menadžment, smer Inženjerski menadžment medija, kao jedan od najboljih studenata u generaciji i prvi student koji je diplomirao na tom smeru. I danas, prvo na šta pomislim kada se setim studentskih dana su ljudi i pozitivna energija na svakom predavanju i u druženju na pauzama. Istinski mi je puno srce kada pomislim na to doba i na sve što smo tada naučili. Međutim, dodala bih da i pored toga što fakultet može dosta da utiče na osobu i na njen životni put, smatram da je za leadersku poziciju potreban i onaj faktor X sa kojim se radamo.

U hotelskoj industriji sam više od deset godina. Od 2008. godine počela sam da radim u Kompaniji *Prezident* iz Novog Sada na poziciji *Direktor marketinga i prodaje*, kao i da aktivno učestvujem u otvaranju Hotela *Best Western Prezident*****, tada jedinog hotela u Novom Sadu koji je pripadao internacionalnom hotelskom lancu. Prošavši mnogobrojne obuke koje

nalažu pravila poslovanja Best Western Inc., usavršila sam veštine iz raznih oblasti u hotelskoj industriji – marketing i prodaja, front office, HR, operativne veštine, računovodstveni sektor, domaćinstvo. Nakon dve godine, trud i rad se isplatio i dobila sam ponudu da pređem na novu poziciju u istoj kompaniji - *Operativni menadžer hotela*. U istom periodu, aktivno učestvujem u novom HR projektu kompanije. Konačno sam dobila priliku da dugogodišnje iskustvo u procesu selekcije, odabira i regrutovanja novih zaposlenih iskoristim za kreiranje novog sistema zapošljavanja u hotelu, čije specifičnosti se ogledaju u primeni Best Western HR pravila i procedura na postojeći standardi - zovani pristup zapošljavanja u Srbiji.

Godine 2011. Kompanija *Prezident* me je angažovala za otvaranje novog hotela najviše kategorije - *Premier Prezident Hotel***** u Sremskim Karlovcima. Kao menadžer pre-opening tima uspešno sam otvorila hotel, koji je već te iste godine dobio



For Ivona Borojević, general manager of "Hotel President", 2017 will be a year that will surely have a special place in her professional portfolio. In addition to undoubted business success, last year was marked by significant world and national recognitions for the hotel company she runs, and rounded off with her greatest personal recognition - the Leader of the Serbian Hotel Industry. This young lady who was named the best young manager in the Serbian hotel industry in 2012, managed to bring the hotel "Prezident" ****, first, to the third consecutive prize of the Novi Sad Fair, and in early December to the prestigious World Luxury Hotel Award. Very special in every sense, Ivona is proud of the results achieved and another position - the Vice President of the Hotel Association in the Serbian Chamber of Commerce, which she sees as a chance to contribute to the changes in the hotel industry of Serbia with her great experience.



MOTO KOJIM SE UPRAVLJAM:

NEMA ČOVEKA KOJI ĆE POSTATI LIDER

AKO ŽELI DA URADI SVE SAM ILI

DOBIJE SVE ZASLUGE ZA TO ŠTO RADI!

najviše priznanje Novosadskog Sajma - Šampionski pehar za novi hotel u Srbiji vrhunskog kvaliteta. Skoro uporedo, na istoj poziciji otvorila sam i *Hotel Vilu Prezident***** na Stražilovu.

KREATOR NOVOG SISTEMA ZAPOŠLJAVANJA

Već 2012. godine rezultati tog odlučnog i uspešnog rada prepoznati su u javnosti i te godine dobila sam za mene zaista laskavo priznanje Novosadskog Sajma - *Najbolji mladi menadžer u hotelijerstvu u Srbiji*, a već 2013. unapređena sam u generalnog menadžera sva tri Prezident Hotela. Ideju o kreiranju novog sistema zapošljavanja u kompaniji (integracija internacionalnih

pravila i procedura sa postojećim sistemom zapošljavanja u kompaniji), prenela sam i na druga dva hotela, što je rezultiralo znatno povećanim procentom lojalnih zaposlenih. Danas, kao generalni menadžer najboljeg nacionalnog lanca hotela u regionu 2015, 2016. i 2017. godine (po oceni Novosadskog sajma), pored svojih standardnih dužnosti, vodim i HR odeljenje na nivou kompanije i bavim se sprovođenjem procesa selekcije i regrutacijom kandidata, kao i sprovođenjem obuka. Od 01.01.2016. godine, intenzivno radim na jačanju i pozicioniranju prvog domaćeg lanca hotela - *Prezident Hoteli*, na nacionalnom i internacionalnom nivou. Ova godina mi je donela još jednu značajnu poziciju u karijeri na koju sam posebno ponosna. Postala sam potpredsednik Udruženja hotelijera Privredne komore Srbije. Doživljavam to kao šansu da promenim nešto u hotelskoj industriji Srbije i da svoje veliko iskustvo iskoristim na pravi način.

HOTELIJERSTVO MORA DA SE VOLI

Hotelijerstvo je specifična delatnost koja donosi mnoga odricanja. Pre svega, specifično je radno vreme. Rad sedam dana u nedelji, osećaj da često moraš da zaboraviš na praznike, nekad u startu mnoge kandidate odbijaju. Upravo zato, ovaj posao stvarno mora da se voli. Ali kada jednom otvorite vrata hotela i uđete u svet hotelijerstva, teško je iz njega izaći. On vam omogućava da stalno budete u kontaktu sa ljudima, što vas, iako ponekad zna biti veoma zahtevno i naporno, čini živim i istrajnim u misiji da želite gostiju, koji su uvek na prvom mestu, pretvarate u stvarnost! Prezident tim je jedna velika porodica čiji se odnosi zasnivaju na međusobnom poverenju, čiji su rezultat već godinama uspešno poslovanje i zadovoljni gosti, što radno mesto jednog zaposlenog čini posebnim!

OGLEDALO USPEHA

Kao generalni menadžer koji već dugo sa istim žarom i energijom vodi tri hotela najviše kategorije, smatram da je uspešan lider onaj koji veruje u ono što radi i za šta se entuzijazmom bori. U mom slučaju, najbolja motivacija za dalji rad je, pre svega, uspešan kraj godine, kako finansijski, tako i kada su u pitanju nacionalna i internacionalna hotelska priznanja kojima se zaista svi ponosimo. Ali, kada pogledam oko sebe, posebno me motivišu ljudi koji su moj nepogrešiv izbor i koji veruju u Prezident ideju već dugi niz godina. Motivisu me i moji mnogobrojni saradnici koji su danas direktori hotela, marketing menadžeri, šefovi recepcija... u drugim hotelima u našoj zemlji a i u inostranstvu. *Oni su moje ogledalo uspeha!* Smatram da pozitivna energija i znanje koje pružam zaposlenima u *Prezidentu* zasigurno čine deo njihove motivacije. Vodim se uverenjem da dobar lider ne može biti daleko ispred svoji sledbenika!

Zabeležila:

Ljiljana Rebronja



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 najprefinjenijim 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!



PREZIDENT HOTEL

Futoška 109, Novi Sad

Tel: +381 21 487 7444

www.prezidenthotel.com





www.austrochem.rs

„Ambasadori dobre usluge“ – 2017
AUSTROCHEM d.o.o. Beograd
Partner godine

Pouzdana podrška hotelijerima u čišćenju i održavanju higijene



Srđan Bučić,
direktor

Firma *AUSTROCHEM* d.o.o. osnovana je 2006. godine i deo je austrijske grupacije *TARMANN CHEMIE* koja se bavi proizvodnjom i distribucijom industrijskih sredstava za čišćenje i održavanje higijene.

Matična firma *TARMANN CHEMIE* posluje više od 45 godina i nalazi se u deset država Evrope. U svom programu ima više od sedam stotina artikala visoke biološke razgradljivosti. Proizvodi *TARMANN CHEMIE* (ISO 9001) nisu štetni po okolinu, već prevazilaze čak i stroge kriterijume Evropske unije, koji se tiču biološke razgradljivosti i zaštite voda.

Preduzeće u Srbiji posluje pod nazivom *AUSTROCHEM D.O.O.* i nalazi se u Beogradu. Zapošljava komercijaliste koji buduće kupce povezuju direktno sa fabrikom. Takođe, pružaju i usluge konsaltinga kod primene sredstava, uključujući praktičnu prezentaciju proizvoda.

Sva hemijska sredstva su ekološki, koncentracije, biološki razgradivi, razblažuju se sa vodom, pa su samim tim veoma ekonomični, a nalaze primenu na svim površinama. Takođe, svi proizvodi poseduju sigurnosne liste EU, zatim ISO standard 9001:2008, i podržavaju HACCP standard, a Gradski Zavod za zaštitu zdravlja redovno vrši kontrolu kvaliteta pomenutih hemijskih sredstava i izdaje potvrde o njihovoj zdravstvenoj ispravnosti.



Best winter offer from a five-star hotel!

**Double
room**

(weekdays, Sun-Thu)
(weekend, Fri-Sat)

€92

€108



Seaside WINTER magic

BOOK & ENJOY

Take advantage of our low winter rates and packages.



MONTENEGRO STARS HOTEL GROUP

Bečići bb | 85315 Bečići, Budva | Montenegro

Tel: +382 33 773 777 | Fax: +382 33 773 757

E-mail: reservations@montenegrostars.com

www.montenegrostars.com | www.splendidspa-montenegro.com

Kreiran za najviši kvalitet života



HOTEL TESLA SMART STAY



Reservations: reception@hoteltesla.rs • Šumatovačka 42, 11000 Belgrade, Serbia
Mob. +381 (0)63 412 669 • Tel. +381 (0)11 243 03 22

www.hoteltesla.rs

Promišno MARUŠKA

www.studiomaruska.com

„Ambasadori dobre usluge“ – 2017

Studio Maruška - Čačak

Turistički modni brend Srbije

Promovišemo najlepše lice Srbije

Ostajući dosledni svojim estetskim manirima, inspirisani željom za očuvanjem tradicije, stvorili smo neponovljive modne detalje koji na neočekivan način ujedinjuju modne trendove i motive iz nacionalne istorije, umetnosti i kulture.

Ponosimo se što je Stručni žiri za dodelu priznanja „Ambasadori dobre usluge“ prepoznao posebnost naših proizvoda i, kao lideru u oblasti modnih detalja, dodelio nam priznanje *Turistički modni brend*.

Nastavićemo da radimo i stvaramo motivisani željom da ostanemo jedinstveni izvor inspiracije za sve one koji žele da ostanu upamćeni.

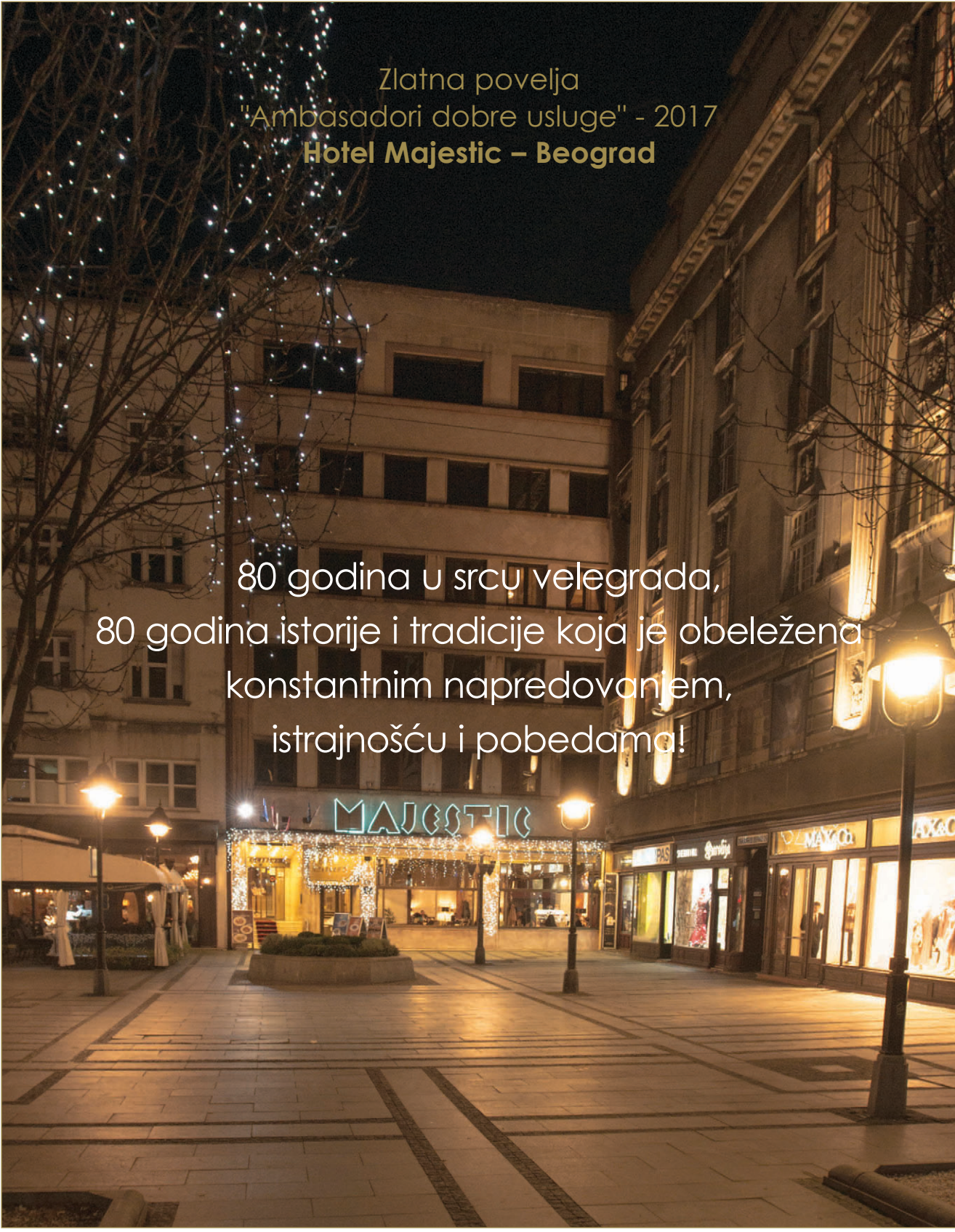
Radenko Topalović



„Važno nam je da osetite lepotu, dodir i emociju umetnosti koju stvaramo za vas. Da i u budućnosti Maruška bude tu kada pomislite na poklon, na darivanje, na sećanje, na emociju...“

Maruška Topalović

Deo Srbije sada možete poneti u svet. Posetite novootvoreno prodajno mesto na Aerodromu Nikola Tesla, na spratu Terminala 2, kontrolisana zona kod izlaza C1.



Zlatna povelja
"Ambasadori dobre usluge" - 2017
Hotel Majestic – Beograd

80 godina u srcu velegrada,
80 godina istorije i tradicije koja je obeležena
konstantnim napredovanjem,
istrajnošću i pobedama!



PRAVI DOMAĆIN U SRCU NACIONALNOG PARKA



*S*a skijaških staza pravo u spa, a nakon toga opuštanje u lounge-u ili još bolje, odmah u restoranu uz specijalitete kopaoničkog kraja, može samo u **Hotelu Grand & Spa ******, MK Mountain Resorta. Ovaj hotelski kompleks odavno se pretvorio u epicentar svih dešavanja, riznicu dobrih vibracija i omiljeno mesto hedonista koji pored uživanja u zimskim sportovima znaju kako se uživa u kvalitetnim sadržajima. Ovdje je sve moguće - od relaksiranja u toplini kamina kod ispijate kuvano vino do opuštanja u otvorenom bazenu uz pogled na Pančićev vrh. Pored savršene lokacije, nadomak ski staza i liftova, ovog "šarmera" među hotelima krase vrhunski komfor i udobnost u 200 luksuznih soba i apartmana, upotpunjen brojnim sadržajima za odmor i uživanje. Iako se nekada činilo da je isplanirati ski odmor sa porodicom sve samo ne jednostavno, MK Mountain Resort je ove sezone za najmlađe pripremio sjajna iznenađenja – Dečiji svet, odnosno čitav program animacija, potpuno besplatno. Grand će, pored zagarantovano dobrog skijanja, tokom marta biti i domaćin manifestacije "Music Week festivala", koji će okupiti neke od najvećih muzičkih zvezda na domaćoj i regionalnoj sceni.

Kopaonik je od ove sezone bogatiji za još jednu noćnu stazu, Karaman greben, koja se nalazi odmah pored Hotela Grand.



A true host in the heart
of the National Park

To go after ski slopes right to a spa, and after that to relax in a lounge area or even better, in a restaurant offering Kopaonik's gastronomy specialities, can only be done at the **Hotel Grand & Spa******, within the MK Mountain Resort. This hotel complex a long time ago turned into an epicentre of all events, treasury of good vibrations and hedonists' favourite place who besides enjoying in winter sports know how to indulge in a quality offer. Here, everything is possible – from relaxing next to a fire place while drinking mulled wine to relaxing in an outdoor swimming pool looking at the Pančičev mounting top. Besides a perfect location, next to ski slopes and lifts, this “charmer” among hotels adorns supreme comfort and cosiness in 200 luxury rooms and suites, complemented by numerous facilities for relaxation and enjoyment throughout the year. Although it once seemed to plan a ski holiday with a family is everything but easy, this season MK Mountain Resort prepared for the youngest guests great surprises – Children's world, i.e. entire animation program, and completely for free. Grand will, besides guaranteed good skiing experience, during March host the event “Music Week Festival”, which will gather some of biggest music stars in the country and region.



Kopaonik is richer this season for one more night ski slope, Karaman greben, located next to the Hotel Grand.



U ORGANIZACIJI AGENCIJE



SABAI TRAVEL ČEKA VAS

Bajkovito putovanje na Tajland!

Putovanje na Tajland, mnogima deluje kao san, ali je u organizaciji agencije Sabai Travel taj san lako ostvarljiv. U to se oktobra ove godine uverila Sabai grupa sa pet savršeno srećnih parova koji su svoj boravak na Tajlandu, po povratku opisali kao **bajkovit!**

Njihova bajka počela je 15. oktobra, kada su iz Beograda, s pratiocem iz kancelarije Sabai Travel-a krenuli avionom za Bangkok, gde su sleteli rano ujutru narednog dana. Romantično putovanje počelo je u glavnom gradu Tajlanda, u kojem su proveli predivna četiri dana, obilazeći najatraktivnije delove Bangkoka, otkrivajući njegovu magičnu lepotu i uživajući u svakom trenutku provedenom u toploj, gostoljubivoj "zemlji osmeha".

Sve je bilo ekskluzivno i potpuno posebno. Samo za njih organizovani su brojni privatni izleti, za koje je korišćen komforni, klimatizovani kombi. Obišli su najpoznatije hramove u Bangkoku, posetili najveću ploveću pijacu, obišli drevni grad Ayutthayu, večerali na kruzeru gde je pored raznovrsnih jela na meniju služen i Pad Thai - najpoznatiji tajlandski specijalitet, jedan od zaštitnih

SABAI TRAVEL NEWS

Delimo radosnu vest sa Vama:

Novo grupno putovanje na Tajland organizujemo u martu 2018. godine!

Siguran polazak je **1. marta**, a povratak - **11. marta 2018!**

Tokom "first minute" akcije, cena po osobi: od 1.199 eura.

Broj mesta - ograničen!



SA AGENCIJOM SABAI TRAVEL PUTOVAĆETE POTPUNO BEZBEDNO,

BORAVIĆETE U NAJBOLJIM HOTELIMA, OTKRITI MAGIČNU LEPOTU TAJLANDA,

UPOZNATI NJEGOVU TRADICIJU, GASTRONOMIJU, UŽIVATI U NEOBIČNIM ATRAKCIJAMA I ZABAVI... ŽIVETI SVOJ SAN UŽIVO!



Sabai Travel

+381 64 0613464 Belgrade

+66 82 5996159 Thailand

www.sabaitravel.rs

znakova Tajlanda, kao i Som Tam - jedna od najljućih salata i hladnih predjela na svetu...

Grupa je i u Bangkoku i u Krabiju – gradu na moru, gde je provela ostalih 6 dana, bila smeštena u luksuznim hotelima sa 4*, na dobrim lokacijama. Svi hoteli imaju bazene, teretanu i druge zabavne sadržaje, a pružaju vrhunski kvalitet usluge. Let od Bangkoka do Krabija traje 40-tak minuta. Nakon transfera i smeštanja u luksuzni hotel u blizini plaže, svi članovi grupe su se odlučili za još jedan privatni izlet - obilazak Phi Phi ostrva.

Dan su proveli na privatnim plažama, bez gužve, na mestima sa veoma bogatim podvodnim svetom gde može da se roni. Obilazili su i vrlo popularna mesta, kao što je Maya Bay (najpoznatija plaža na Tajlandu, gde je snimljen film *The Beach*, sa Leonardom Dikapriom u glavnoj ulozi), ali su se svima više svidеле plaže netaknute ljudskom rukom, gde su nastale i njihove najlepše fotografije.

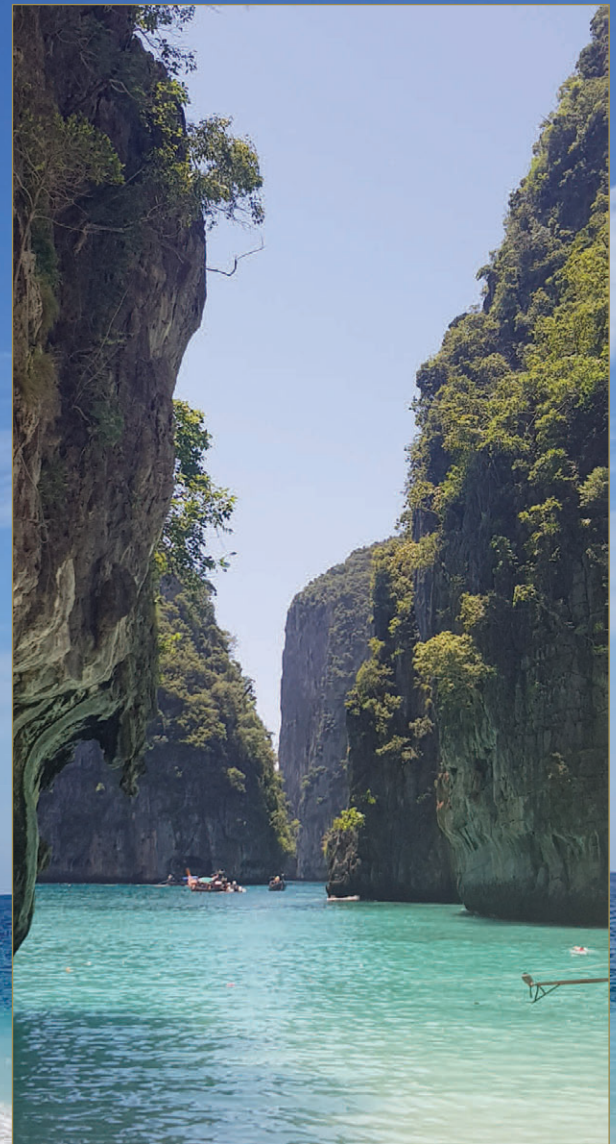
NOVA ROMANTIČNA AVANTURA – U MARTU 2018!

U svojoj ponudi, agencija Sabai Travel ima brojne izlete koji bi se možda baš vama dopali. Preporučujemo: Hong Island, James Bond Island, Emerald Pool, Tiger temple...

Pozivamo vas da u martu 2018, najlepšem mesecu za posetu Tajlandu, krenete s nama u "zemlju osmeha", na putovanje iz snova! Tada nema tropskih kiša, podvodni svet je bujniji nego u ostalim periodima, voda kristalno plava, čista i topla. Manja je gužva, pa je to idealno vreme za savršeno opuštanje.

U martu vas očekuje obilazak Phi Phi ostrva gliserom, jahanje slonova, za avanturiste - sportsko penjanje na krečnjačke planine Railey plaže u Krabiju, vodi-mo vas na mesta za koje malo ljudi zna a pravi su raj na zemlji.

***Istražite Tajland sa nama! Biće to jedna od vaših naboljih životnih odluka!
Prijavite se na vreme!***



Dobro došli u Tunis!

Novi ambasador Tunisa u Srbiji, Nj.E. Seyf Allah Rejeb, u razgovoru za „Turistički Svet“ otkriva da se turizam u ovoj zemlji progresivno oporavlja, o čemu svedoče ostvareni rezultati u 2017. godini, i poziva turiste iz Srbije da posete ovu toplu, gostoljubivu i bezbednu zemlju, koja utvrđuje svoju poziciju jedne od vodećih turističkih destinacija na Mediteranu.



• *Nedavno ste stupili na dužnost ambasadora Republike Tunis u Srbiji. Kakvi su vaši prvi utisci o Beogradu i Srbiji?*

- Od svog dolaska u Beograd, osećam se kao kod kuće, jer je Srbija topla i veoma gostoprimaljiva zemlja. Srpski narod je izuzetno prijateljski nastrojen i gostoljubiv, baš kao i svi mediteranski narodi. Naš mentalitet je sličan i delimo istu istoriju. Primera radi, dva grada na severu Tunisa – Bizerta i Menzel Burgiba, gde sam odrastao i proveo detinjstvo i mladost, čuvaju najveća srpska vojna groblja u Severnoj Africi: tu počiva u miru 2.769 srpskih vojnika.

BEZBEDNOSNE MERE VRAĆAJU TURISTE U TUNIS

• *Nakon pada turističkih poseta Tunisu usled terorističkih napada u Susu i muzeju Bardo 2015. godine, čini se da se turizam u ovoj zemlji polako oporavlja i stabilizuje. Da li je Tunis sada*

bezbedna zemlja i da li je povećan broj turista i noćenja u odnosu na prethodnu godinu?

- Turizam ima udeo od blizu 8% u tuniskom BDP-u, jedan je od glavnih izvora deviznog priliva u zemlji i on ima jak uticaj na druge ekonomske sektore. Iz tog razloga, tuniska vlada i hotelske kompanije preduzeli su, u skladu sa međunarodnim standardima, niz novih sigurnosnih mera na aerodromima, u hotelima i turističkim resortima. Osim toga, usvojena je nova nacionalna strategija za borbu protiv ekstremizma i terorizma. Zahvaljujući ovim procedurama, Evropska unija je „pohvalila napore tuniskih vlasti, koji su doprineli konkretnom poboljšanju bezbednosne situacije u zemlji“ i većina zemalja povukla je zabranu da se putuje u Tunis. Nedavno je Velika Britanija korigovala svoje savete o putovanju, nakon čega je turoperator „Thomas Cook“ uvrstio Tu-

nis kao destinaciju za odmor od februara 2018, a prodaja aranžmana počela je još u avgustu. Nadamo se i da će nekoliko preostalih zemalja uskoro korigovati upozorenja o putovanju u Tunis.

Ove akcije doprinele su progresivnom oporavku sektora turizma u Tunisu počev od prošle letnje sezone. Zapravo, prihodi od turizma povećani su za 17 odsto. Više od 6,3 miliona turista posetilo je našu zemlju do kraja novembra 2017. godine, što je povećanje od 23,3% u poređenju sa istim periodom prethodne godine. Broj noćenja dostigao je 20 miliona, što je za 4 miliona više nego u 2016. godini. Ovi pozitivni pokazatelji potvrđuju da je Tunis bezbedna, topla i gostoljubiva zemlja, koja utvrđuje svoju poziciju jedne od glavnih turističkih destinacija na Mediteranu i širom sveta.

OSVAJANJE NOVIH TRŽIŠTA

• *Iz kojih zemalja turisti najčešće posećuju Tunis i koje destinacije su najpopularnije u ovoj zemlji?*

- Tunis je privlačna destinacija za turiste još od početka 1960-ih. Naši tradicionalni partneri su iz Evrope i Afrike. Evropski turisti (francuski, nemački, britanski, italijanski...) istorijski su formirali okosnicu ovog sektora. Međutim, do naglog pada broja evropskih turista dolazi nakon terorističkih napada iz 2015. godine.

Oživljavanju turizma doprinela je brza ekspanzija novih tržišta. Vidljiv je skok kineskog turizma, sa 5.601 u 2014. na 17.357 dolazaka do kraja novembra 2017, što je rast za 251% u 2017. Nadamo se da će se ove brojke povećati narednih godina, s obzirom da smo ukinuli vize za kineske turiste u februaru 2016. godine. Tunis je proglašen i „Najboljom afričkom turističkom destinacijom 2017“ na Svetskom sajmu turizma u Šangaju. Takođe, došlo je do rasta broja turista iz Rusije, za 13 puta, sa 46.278 u 2015. na 621.942 prethodne godine. Povećanje dolazaka i prihoda sa ovih novih tržišta dopunjeno je oporavkom dolazaka sa naših tradicionalnih tržišta – Evrope i Afrike. Evropski dolasci porasli su za 16% na 1,6 miliona u prvih 11 meseci 2017. godine i francusko, britansko i nemačko tržište obeležilo je povratak u Tunis ove godine. Dolasci iz susednog Alžira porasli su za više od 60% ove godine, te Alžirci čine 2,1 milion od ukupnog broja stranih turista. Evidentan je i porast broja afričkih turista za blizu 28% u poređenju sa 2016. godinom.

Kao što je poznato, Tunis je smešten između Mediterana i Sahare, ima blagu klimu i predstavlja mešavinu različitih pejzaža, uključujući i njegovu kulturnu baštinu i multivilizacijsku istoriju dugu 3.000 godina. Zahvaljujući bogatim i raznovrsnim proizvodima, turisti biraju Tunis i zbog njegovih spektakularnih zlatnih pešćanih plaža i kristalno čiste morske vode u brojnim gradovima kao što su Hamamet, Sus, Monastir, Mahdia, ostrvo Đerba. Posetioци takođe mogu da uživaju u našem ekološkom turizmu kao novom proizvodu, ili golf turizmu, koji je jedan od stubova turizma Tunisa. Tunis je idealna destinacija i za thalasso-spa i wellness, nudeći medicinske i „beauty“ tretmane po vrlo povoljnoj ceni. Nestvarna lepota Sahare i njenih oaza predstavlja pravi magnet za one koji

tragaju za neobičnim putovanjima. Tako turisti mogu da istražuju i uživaju u čarobnim oazama, pešćanim dinama, kućama ukopanim u zemlju u Matmati, najvećem slanom jezeru Šot El Džerid, u vožnji kvadovima i jahanju kamila. Ili u gradovima poput Tozera – prestonici palmi, selu Matmata i Ong Jmel-u – lokacijama na kojima su snimani „Ratovi zvezda“. Muzej „Bardo“, koji sadrži najveću zbirku mozaika na svetu, takođe fascinira značajan broj turista. Baš kao i amfiteatar iz 3. veka u El Džemu, koji dočarava veličinu i snagu Rimskog carstva. Drevne zidine grada Tamerza, na ivici prelepih oaza, Čenini kao jedan od najpoznatijih berberskih gradova, Duz poznat kao „kapija Sahare“ – spadaju među najatraktivnije znamenitosti koje posetioци jednostavno moraju da vide. Tvrdim da će se sve ove destinacije neizbrisivo urezati u vaše sećanje.

VIŠEDEGENUSKO PRIJATELJSTVO

• *Na čemu će se sve fokusirati dugoročna strategija razvoja turizma Tunisa?*

- Imajući u vidu strateški geografski položaj, kao i bogate prirodne resurse, veoma raznovrsne krajolike, značajno kulturno nasleđe, kao i miroljubivo i gostoljubivo stanovništvo, Tunis ima veliki potencijal za dugoročni razvoj turističkog sektora. Tuniske vlasti su uspo-



New Ambassador of Republic of Tunisia to Serbia HE Seyf Allah Rejeb, in an interview for "Turistički Svet" reveals that tourism in that country is progressively recovering, as evidenced by the results achieved in 2017, and invites tourists from Serbia to visit his warm, hospitable and secure country, which resumes its position as one of the major tourist destinations in the Mediterranean.

stavile strategiju održivog razvoja zasnovanu na diversifikaciji ponude smeštaja u Tunisu, naročito podsticanjem stvaranja novih i alternativnih smeštajnih kapaciteta (hostela, pansiona, turističkih rezidencija, itd) u cilju privlačenja novih segmenata turista, baš kao i diversifikaciju u smislu aktivnosti. Zapravo, Ministarstvo turizma i zanata radi na jačanju primorskih odmarališta, razvoju domaćeg turizma i obogaćivanju turističkih proizvoda, koji imaju veliku dodatnu vrednost, u oblasti kulturnog, pustinskog i planinskog turizma, baš kao i seoskog, kongresnog, medicinskog, ekološkog i golf turizma.

Pored ovih aktivnosti, tuniske vlasti su angažovane i na: intenzivnijem praćenju kvaliteta turističkih proizvoda i usluga, razvoju digitalnog turizma, podršci „leisure“ turizma, s fokusom na e-turizam alatkama, društvenim mrežama i adaptaciji ICT za brendiranje Tunisa kao destinacije.

• *Šta biste poručili turistima iz Srbije – zašto treba da posete ovu zemlju i šta nikako ne bi smeli da propuste u Tunisu?*

- Zbog geografske blizine i činjenice da postoji direktan let između Beograda i Tunisa koji traje svega 1:45h, te odsustva viznog režima od 1965. godine i raznovrsnosti pejzaža, Tunis spada u jednu od omiljenih destinacija srpskog naroda. Do novembra 2017. zabeležen je rast turističkog prometa za 171% u poređenju sa istim periodom prošle godine, međutim, broj srpskih turista iz 2014. godine (8.760) još uvek nije dostignut. Ovom prilikom, pozivam građane Srbije da posete našu zemlju tokom cele godine i da uživaju ne samo u moru, suncu i pesku na severu Tunisa, nego i da otkriju živopisnu tunisku kulturu i istraže zadivljujući južni region Tunisa. Srpski turisti mogu da posete Đerbu – malo ostrvo na jugu poznato kao „ostrvo snova“, koje je dugo bilo skriveni dragulj Mediterana. Danas je Đerba omiljeno turističko mesto. Njene penušave plaže savršena su scenografija za posmatranje dramatičnog zalaska sunca. Poznata je i po najstarijoj sinagogi u Tunisu koja se zove „Gheriba“ i koju na hiljade jevrejskih hodočasnika poseti u maju svake godine. Nedaleko od Đerbe, srpski turisti mogu da se upuste u saharsku avanturu i posete Matmatu, Tatuin, Tozer i uživaju u fantastičnoj pustinji i njenim veličanstvenim oazama.

Osim toga, naši srpski prijatelji mogu da izaberu Tunis zbog posete Bizerti i Menzel Burgibi – dva grada koja se nalaze na severu zemlje, u kojima se nalaze najveća srpska vojna groblja u Severnoj Africi. To je deo naše zajedničke istorije i simbol jakog prijateljstva između naša dva naroda. Zapravo, mi – Tunišani i Srbi, čuvamo sećanje na vitalnu ulogu Tunisa, odnosno Bizerte, u pružanju nege, brzog oporavka i obuke srpskih vojnika u Prvom svetskom ratu.

Biljana Bosnić Ognjenović

Zemlja sunca i nestvarnih pejzaža



Na poziv Nacionalne turističke organizacije Tunisa, novinari iz Srbije i Slovenije imali su priliku da uzduž i popreko obiđu ovu prelepu zemlju sunca, ljubaznih ljudi, tirkiznog mora, peščanih plaža i nestvarnih pustinskih predela. Zemlju u kojoj se prepliću kulturni uticaji Berbera, Starih Rimljana, Arapa, Francuza, Turaka, Jevreja... i postojbinu čuvenog kartaginskog vojskovođe Hanibala koji je svojim veštım manevrima i vojskom na slonovima zapretio neprikosnovenom Rimskom carstvu. Uverili smo se da je Tunis sada vrlo bezbedna zemlja, koja se nakon nemilih dešavanja iz 2015. godine, odvažnim koracima – u Hanibalovom stilu, ponovo vraća na svetsku turističku scenu.

Kišno oktobarsko jutro u Beogradu ostalo je u izmaglici iza nas, a sunce i plavetnilo neba poželeti su nam toplu dobrodošlicu još dok smo avionom „Tunisair“-a leteli iznad Sredozemnog mora ka glavnom gradu Tunisa. Na tuniskom aerodromu, nakon pasoške i bezbednosne kontrole, sastajemo se sa kolegama iz Slovenije i vođom puta **Sofiane Taieb**-om iz Turističke organizacije Tunisa, spremni za severnoafričku avanturu.

BEZBEDNOST NA VISOKOM NIVOU

Prva stanica bio je glavni grad i luksuzni „Regency Tunis Hotel“ u kom ćemo prenoćiti. Bezbednosne mere vidljive su već na samom ulazu u hotel, gde je postavljen skener za kontrolu gostiju i prtljaga.

- Nakon terorističkog napada u Susu 2015. godine, pojačali smo bezbednosne mere: postavili smo skenere na ulaz, uveli video-nadzor spolja i iznutra i imamo čuvere na plaži i u parku oko hotela – otkriva **Aziz Galalou**, direktor prodaje i marketinga ovog luksuznog zdanja sa 227 soba. - Kao i cela turistička privreda u Tunisu, i mi smo osetili krizu i pad posete turista zbog terorističkih napada, naročito u sezoni 2016. Ali već ove godine, pogotovo u avgustu, uspeali smo donekle da se vratimo na raniji broj turista. Imamo sreću da nam klijenti koji su ranije ovde boravili veruju, i oni su nastavili da dolaze i posle ovih nemilih događaja – kazuje Galalou, dodajući da popunjenost kapaciteta ovog hotela na godišnjem nivou iznosi čak 80 odsto.

Ovaj hotel nije usamljen slučaj – u celom Tunisu se veoma vodi računa o bezbednosti, tako da smo bezbrižno uživali u svakom momentu provedenom u ovoj prijateljskoj zemlji, obasjanom suncem čak 300 dana u godini.

SIDI BU SAID I CENKANJE U MEDINI

A za posmatranje zalaska sunca ne postoji lepše mesto, osim možda Santorinija – koji mu i nalikuje, od Sidi bu Saída: romantičnog plavo-belog kvarta, koji je zbog svog ne-svakidašnjeg izgleda, šarma i atmosfere, stećište umetnika iz celog sveta. Legenda kaže da u ovom gradiću, koji je dobio ime po svom zaštitniku – mudracu „gospodinu Saidu“, treba pronaći najlepša plava vrata i teškim gvozdanim alkama zakucati na njih, kako bi vam se ostvarile sve želje. Naše želje ostvario je konobar u popularnom kafetu „Sidi Chebaane“, iz kog se pruža fantastičan pogled na luku i marinu, posluživši nas tradicionalnim čajem od mente i domaćim kolačima.

Sutradan smo krenuli u obilazak glavnog grada, prošetavši Avenijom Habiba Burgibe – prvog i doživotnog predsednika Tunisa, zaslužnog za oslobađanje od kolonijalne francuske vlasti, počasnog građanina Beograda i bliskog prijatelja Josipa Broza Tita.

No, mirise i boje pravog Tunisa osetili smo u starom delu grada – Medini, koja je po-put one u Susu, pod zaštitom UNESCO. Krase je brojne istorijske građevine, palate,



Sidi bu Said



Regency Tunis Hotel



džamije, kao i sukovi sa načičkanim radnjama u kojima se nude raznobojni proizvodi od kože i tekstila, grnčarija, začini, urme, nakit... Teško je ostati ravnodušan pred raskošnom ponudom i ne upustiti se u neizbežni ritual cenkanja, koji, u zavisnosti od toga koliko ste vešt pregovarač, može poprimiti razmere prave pozorišne predstave. Prodavac će vam isprva ponuditi nerealno visoku cenu, očekujući od vas kontra-ponudu. Ukoliko potcenite njegovu robu, on će se hvatati za glavu i panično uzvikivati: „Bankrot!“, ili će se ljutito okrenuti i prekinuti dalji razgovor uz demonstrativni odlazak. Onda sledi vraćanje i ponovno pregovaranje... Na posletku, kad se obavi kupovina, svi su srećni i zadovoljni: vi, jer ste višestruko snizili cenu, i prodavac – koji jedini zna pravu vrednost svoje robe. Uostalom, poznato je da u trgovini, kao i u kocki, „kuća uvek dobija“!

SUS I EL DŽEM – NAJOČUVANIJI RIMSKI KOLOSEUM

Boravak u glavnom gradu krunišemo ručkom u ekskluzivnom restoranu „Dar El Jeld“, skrivenom iza elegantno dekorisanih, velikih žutih vrata na vrhu Medine, posle čega mini-busom, koji će narednih dana postati naša „kuća putujuća“, krećemo ka jugu – u poznato letovalište Sus i hotel „Sousse Palace“.

Kroz uske ulice Medine u Susu skoro da je nemoguće prošetati u sopstvenom aranžmanu, jer se meštani utrkuju da vam, uz simboličnu nadoknadu, budu turistički vodiči. Prihvatamo ponudu dobrodušnog dekice, koji nam objašnjava da, ukoliko na vratima kuće stoji jedan zvekir u obliku ruke, to znači da u njoj živi samo jedna porodica. U slučaju da u kući stanuje više porodica, vrata tog doma krasi dva ili više zvekira. Nakon ture, „vodič“ nas odvodi u radnju u kojoj je zaposlena njegova sestra. Ona nam pokazuje kako se na razboju tka tradicionalni tuniski ćilim – tzv. *margoum*, objašnjavajući da bele pahulje simbolizuju sneg na severu, a plave talasaste linije – more. Potom sledi razgledanje radnje i neizostavno cenkanje.

U unutrašnjem delu Tunisa, na nekih 70 km od Susa, smešten je gradić El Džem. Podignut je na mestu rimskog grada *Thysdrus*, koji je u to vreme, kako saznajemo od lokalnog turističkog vodiča, bio vrlo razvijen i bogat grad (drugi po veličini u rimskoj Africi, odmah posle Kartagine), prvenstveno zahvaljujući trgovini maslinovim uljem. O njegovoj slavnoj prošlosti danas svedoči velelepni koloseum – treći po veličini u svetu, nakon onih u Rimu i Veroni. Izgrađen je u 3. veku naše ere i svojevremeno je mogao da primi 30.000 ljudi koji su tu posmatrali borbe između lavova i gladijatora. Zahvaljujući povoljnim kli-



matskim uslovima, danas je to najočuvaniji rimski koloseum, koji je pod zaštitom UNESCO od 1979. godine. Ovaj antički spomenik je od velike važnosti za tuniski turizam, a zbog izvrsne akustičnosti i odlične vidljivosti sa tribina, u njemu se svakog leta održava Festival simfonijske muzike.

PUSTINJSKA AVANTURA

Posle El Džema, otisnuli smo se na dugačak put – na jugozapad zemlje i grad Tozer, našu polaznu tačku za obilazak najveće pustinje

El Džem



Sus





na svetu: Sahare. Ispred hotela „Ras El Ain“ (*Golden Yasmine*) u kom smo odseli, čekaju nas džipovi kojim ćemo se vinuti dublje u pustinju i krenuti u ludu vožnju po peščanom terenu. Vremenski uslovi su idealni – sunce i prijatnih 26 stepeni.

Onaj ko na pomen Sahare očekuje samo nepregledne pustinjske dine, iznenadiće se prilikom susreta sa raznolikošću tuniske pustinje. Atraktivne oaze, pesak posut solju koja je glavni krivac za fatamorgane, kamile koje laganim korakom prelaze put, stenoviti

planinski predeli, te kanjon, vodopad i slano jezero usred pustinje... Nimalo ne čudi što je tuniska Sahara poslužila kao kulisa za snimanje popularnih filmskih ostvarenja, kao što su „Ratovi zvezda“ i „Engleski pacijent“. Prvo obilazimo te lokacije – *Ong Jemel* i čuvenu *Star Wars* „planetu“ *Tatooine*, gde srećemo razdragane kineske turiste sa fotoaparatom i maskama na licu – koje ih štite od peska u slučaju vetra, a potom i raskalašne ruske turiste, koji se, viseći sa džipova, spuštaju niz pustinjske dine.

Nakon toga, mi se našim džipovima upućujemo u jednu od najlepših oaza – Šebiku. Nestvarna, kao iz bajke o Alibabi, ova pustinjska lepota okružena je strmim stenama, po kojima se penjemo kozjim stazama, provlačimo kroz uske prolaze i preskačemo potoke bistre vode okružene palmama. U podnožju su i ostaci starog naselja, koje je nakon poplave iz 1961. godine iseljeno i premešteno nekoliko stotina metara niže.





Oaza Šebika

Krećemo se dalje na zapad, do Tamerze i atraktivnog vodopada. Potom prolazimo stari napušteni grad i približavamo se samoj granici sa Alžirom. Krajnja odrednica je oaza Mides, sa palmama i bujnom zelenom travom, naspram koje leži raspukli stenoviti kanjon nepostojeće reke, dubok nekoliko desetina metara. Tu konstatujemo kako Tunis ima „svet u malom“: svoj Santorini (Sidi bu Said), Rim (koloseum u El Džemu) i Veliki kanjon (u Midesu).

SLANO JEZERO, PA RUČAK KOD BERBERA

Novi dan doneo je nove avanture, nove predele i poznanstva. Sa krajnjeg zapada, do sutona je trebalo stići na krajnji jugoistok – ostrvo Đerbu, od kog su nas delila slikovita pustinjska naselja, nestvarno slano jezero Šot el Džerid i brdoviti pejzaži Matmate.

Za slano jezero (koje se leti skoro u potpunosti isušuje) vezuje se jedna tajna – da je na njegovom mestu nekada bilo more, koje se



Vodopad u Tamerzi



Matmata

povuklo. Danas su tu ostale ogromne rezerve soli, a jezero se akumulira zahvaljujući sporadičnoj kiši u jesenjim i zimskim mesecima. Kao pravi turisti, napravili smo pauzu da se fotografišemo pored umetničkih instalacija koje doprinose atraktivnosti samog jezera, i da od lokalnih prodavaca kupimo suvenir u obliku pustinjske ruže ili ukrasnih prirodnih kristala u različitim bojama.

Nakon poduže vožnje, izmoreni i pomalo gladni, nenajavljeni, poput putnika namernika, stižemo u Matmatu, u kuću berberske porodice koja je svoja vrata otvorila za turiste. Kuće su ovde ukopane u zemlju, i to iz praktičnih razloga – kako bi se, u okrutnim pustinjskim uslovima, održala konstantna i prijatna temperatura za život. Sastoje se od nekoliko prostorija u kojima nema prozora, a svetlost dolazi sa zasebnih ulaza bez vrata. Berberi su, inače, starosedeooci Tunisa, nomadi koji su prilikom naseljavanja Arapa



Kuća Berbera

potisnuti ka jugu i pustinji. Žive u skromnim uslovima, te su njihove prostorije opremljene ručno tkanim šarenim prostirkama, drvenim stočićima i stolicama, glinenim posudama, kamenim mlinom kojim se melje ječam... No, ubedljivo najslasniji obrok imali smo ovde, kada su nam vredne berberske domaćice iznele tradicionalne lepinije i pikantne specijalitete, čiju smo ljutinu „gasili“ zalagajima hleba umočenog u med ili maslinovo ulje.

ĐERBA – ZA LJUBITELJE UMETNOSTI I DOBROG PROVODA

Putem kojim su još Stari Rimljani povezali ostrvo sa kopnom, stižemo u Đerbu taman na vreme – da zajedno sa pticama i rođama ispratimo sunce koje se spuštalo za mirni vodeni horizont. Smeštamo se u hotel „Aldiana Djerba Atlantide“ u kojem je sve podređeno nemačkim turistima, koji tokom cele godine u velikom broju popunjavaju kapacitete ovog prostranog rizorta, u čijem su sastavu i pozorište, barovi na plaži i kraj bazena, kao i diskoteka čiji plesni podijum napuštamo u sitne sate.

Na Đerbi obilazimo tvrđavu Gazi Mustafa, sa koje se pruža fantastičan pogled na more i okolinu. Neizostavan je i *Houmt Souk* sa brojnim jevrejskim trgovinskim radnjama, a najveći utisak na nas ostavio je *Djerbahood* – „street-art“ u malom selu Er-Riadh, gde je 150 umetnika iz 30 zemalja sveta živopisno oslikalo bele fasade kuća muslimanskih, jevrejskih i hrišćanskih porodica koje u ovom mestašcu skladno žive već vekovima.

Da je Đerba raj za ljubitelje umetnosti potvrđuje i naša poseta studiju „Dar Jilani“. Glava porodice, umetnik **Zerria Jilani**, pretvorio je svoju privatnu kuću u nesevakidašnji umetničko-turistički kompleks sa smeštajnim kapacitetima, čitaonicom, restoranom, galerijom i otvorenim bazenom pored kog je moguće organizovati različite događaje. Ovde je angažovano 12 umetnika koji recikliraju stare predmete od drveta, stakla, konzervi, perja, pa čak i kostiju životinja – pretvarajući ih u umetnička dela, dajući im tako novi život i značenje. Ovaj neobični atelje napustili smo sa personalizovanim poklonima, koje je naš domaćin vešto izrađivao pred našim očima.



Tvrđava Gazi Mustafa



Djerbahood

U večernjim satima, predah od napornog tempa pronalazimo u hotelskom wellnes & spa centru, uživajući u hamamu i masaži, dok je naš poslednji dan na ovom čarobnom ostrvu rezervisan za sunčanje na plaži.

Đerbu napuštamo avionom koji nas vraća na početnu tačku – u grad Tunis i hotel „Regency“. Povratak u glavni grad označavao je i kraj našeg boravka u Tunisu – zemlji koja nas je u potpunosti očarala svojim bojama, ukusima, slikovitim predelima, pozitivnom atmosferom, neposrednim ljudima... Zemlji kojoj ćemo se, sasvim sigurno, sa radošću iznova vraćati.



On the invitation of the National office of the Tunisian Tourism, journalists from Serbia and Slovenia had the opportunity to visit this beautiful country of sunshine, friendly people, turquoise sea, sandy beaches and unreal desert lands. The land in which are interwoven the influences of Berber, Old Roman, Arab, French, Turkish, Jewish cultures and the homeland of the famous Carthaginian commander Hannibal, who with his skilled maneuvers and army on elephants threatened the inviolable Roman Empire. We were convinced that Tunisia is now a very safe country, which, after terrorist attacks in 2015, with bold steps – in Hannibal's style, once again returns to the world tourism market.



Plaža na Đerbi

Tekst: **Biljana Bosnić Ognjenović**

Foto: **Siniša Živković**

JUŽNA EVROPA, U FOKUSU INVESTICIJA



Piše: **Marina Franolić**,
osnivač Proficiscor d.o.o.
Zagreb, HR

Kao osvrt na 2017. godinu, predikcije investiranja u budućnosti, te predstojeći, šesti po redu „Adria Hotel Forum“, koji se 14. i 15. februara održava u Zagrebu (www.adria-forum.eu), razgovarala sam s čovekom koji obavlja mnoge funkcije. On je direktor sektora Hotela za region Evrope, Afrike i Bliskog istoka, te direktor za Holandiju pri međunarodnoj konsultantskoj kompaniji „Colliers International“. Takođe, član je Savetodavnog odbora hotelsko-investicione konferencije „Adria Hotel Forum“ i Savetodavnog odbora pri Univerzitetu u Hagu. On je, takođe, moj izuzetno dragi prijatelj – **Dirk Bakker**.



• *Kada govorimo o investicijama, koje promene su vidljive poslednjih godina? Odakle dolaze investitori i da li se na bilo koji način promenio izvor novca?*

- U Evropi, u osnovi, većina investicija još uvek dolazi iz američkog kapitala. Drugi izvor, što se tiče regije, je ruski kapital koji se nalazi izvan Rusije. Crna Gora je dobar primer. Dodatno, na tržište sve više kapita-

la dolazi iz Kine, uglavnom putem direktnih ulaganja u velike hotelske lance, ali sve više i u pojedinačne hotele.

• *Koja su vaša predviđanja za evropsko hotelsko tržište za 2018. godinu, pre svega u istočnoj Evropi?*

- Ono što ćemo videti je smanjivanje tržišta – nema previše proizvoda na tržištu, a ono što postoji je precenjeno. Logično, investitori

traže mogućnosti za dodatnu vrednosti i videćemo sve veći interes za dodatnom vrednošću, što znači da će postojeći hoteli biti kupljeni i preoblikovani u proizvod s većim povratom. To je trend koji predviđam. Dalje, verovatno ćemo videti više konsolidacije koja se odvija na tržištu. Postoji još par hotelskih lanaca koji bi se mogli ujediniti kako bi postali veći. Kao treće, predviđam da na

tržište dolazi više diversifikacije u smislu novih brendova ili relativno novih drugačijih proizvoda koji će početi da rastu na tržištu. Južna Evropa će biti u fokusu investicija, jer postoji više prilika nego na severu kontinenta.

HOTELSKA POTRAŽNJA VEĆA OD PONUDE

• Šta se događa s tržištem u evropskim gradovima? Da li i dalje raste broj noćenja brže od stope razvoja novih kapaciteta? Smatrate li da trenutno rastemo, ali da bismo u narednom periodu mogli da osetimo pad potražnje?

- Složena godišnja stopa rasta (CAGR) po izgradnji hotelskog ključa je globalno, pa tako i u Evropi, oko 2%, a CAGR po dolasku turista ima stopu rasta od 4,4 odsto. To znači da potražnja za sobama nadmašuje rast izgradnje. Globalni trend je da se više ljudi seli u gradove, te su gradovi prva tačka kontakta s turizmom. Stoga – da, videćemo rast gradova, ali i diversifikaciju proizvoda.

Hoće li biti pada u budućnosti? Niko ne zna kad interes raste, a kad pada. Biće perioda kada ćemo videti promenu, a koje će to promene biti, to ne mogu predvideti. Niko nije mogao predvideti pre 10 godina da ćemo danas živeti u vremenu aplikacija i mobilnih telefona. Pogledajmo kako će se to razvijati. U narednih 5 godina verovatno ćemo videti rast.



Dirk Bakker is a Director of the Hotel Sector for Europe, Africa and the Middle East Region, and Director for the Netherlands at the international consulting company Colliers International. He is also a member of the Advisory Board of the hotel-investment conference Adria Hotel Forum and the Advisory Board at the University of Hague.

PREDNOSTI I MANE

• Kada pomislite na južnu i istočnu Evropu, šta vam prvo pada na pamet u smislu ulaganja?

- Još uvek mi je prva pomisao Prag. Varšava je, takođe, vrlo važno tržište, a Budimpešta postaje sve zanimljivija. Videćete da se probudio interes i za Bukureštom, a Beograd će takođe postajati sve zanimljiviji. Crna Gora – sa tačke odmorišne destinacije, a zanimljivi su i neki hrvatski gradovi poput Splita i Dubrovnika, koji su na obali. Zagreb je još uvek vrlo skroman. I to je sve. Tirana ima mnogo prilika, ali problem su politička klima i korupcija.

• Kada bi vas investitor pitao koje su prednosti, a koji nedostaci ulaganja u jugoistočnu Evropu, šta biste mu odgovorili?

- Prednosti su velike mogućnosti i lokacije, koje su izuzetno zanimljive, baš kao i prijatna klima. Nedostatak je nedovoljno vazdušnih linija u nekim južnoevropskim destinacijama, osim uobičajenih linija za bugarsku obalu i uobičajenih turističkih destinacija poput Dubrovnika i sličnih mesta. Zakoni o radu su problem, kao i lokalna regulativa. Politička klima mogla bi se poboljšati, s obzirom na turizam i investicije u turizmu.

OUR OWN RESPONSIBILITY



14. - 15.02.2018.

SHERATON HOTEL ZAGREB

WWW.ADRIA-FORUM.EU

Tema sljedećeg, šestog po redu, Adria Hotel Forum (AHF) je **INVESTMENTS IN HOTEL INDUSTRY: OUR OWN RESPONSIBILITY**, a u fokusu su dva važna pitanja – **koliko smo konkurentni i koliko smo sami zaslužni za rast koji nam se događa**.

O ovim pitanjima, ali i mnogim drugim temama raspravljat će globalni akteri hotelskog biznisa. Pridružite nam se i Vi!

EKSKLUZIVNI SPONZOR:



GENERALNI SPONZORI:



MEDIJSKI POKROVITELJI:



POKROVITELJI:



POLJSKA - JEDINSTVENO BOGATSTVO RAZNOLIKOSTI



Poljska zauzima sve značajniji položaj na turističkoj mapi Evrope i sveta. Spada u jedno od 10 najatraktivnijih mesta na svetu za odmor, među izabrane destinacije za hodočašća i pritom među zemlje za koje ubrzano raste interesovanje investitora. Osim raznolikosti koja je rezultat geografskog položaja i bogatstva kultura i istorijskog nasleđa, impuls razvoju turizma dalo je pristupanje Poljske EU i mogućnost korišćenja EU fondova, ali i odluka da se Evropsko prvenstvo u fudbalu 2012. godine održi u Poljskoj, kao i najava da će 2016. godine Krakov biti domaćin Svetskih dana mladih, a Vroclav evropska prestonica kulture. O tome, kao i o Strategiji razvoja turizma kojom je fokus stavljen na razvoj istorijskog, kulturnog, verskog i sportskog turizma, i sve atraktivniji novi trend - „povratak prirodi“, za Turistički Svet s ponosom govori ambasador Republike Poljske **Tomasz Niegodzis**, najbolji promoter svoje zemlje u Srbiji, koji ne krije da mu se u našoj zemlji dopada i da je svojim sunarodnicima toplo preporučuje, naročito kada je u pitanju hrana i vino.

● *Poljska je jedna od sve zanimljivijih evropskih turističkih destinacija, posebno mladim ljudima i to naročito iz Srbije. Šta je to što snažno privlači turiste? Po čemu je Poljska jedinstvena?*

- Poljska može da se pohvali raznovršnošću koja je, pre svega, rezultat geografskog položaja. Na severu zemlje, baltička obala privlači svojim živopisnim mestima, svako od njih je posebno na svoj način i može da oduševi svojom lepotom. Jedan od najinteresantnijih gradova u ovoj oblasti je Gdanjsk, poznat po bogatoj arhitekturi i delatnošću vezanom za nalazišta čilibara, od kojeg se vekovima se upravo u ovom gradu pravio izuzetan nakit. Na jugu Poljske su Tatry – planine koje svake godine posećuje čak 3 miliona ljudi, što ih s obzirom na malu površinu područja čini jednom od najposećenijih planinskih oblasti u Evropi. Na severoistoku je Mazurija – zemlja hiljadu jezera, sa izuzetnim pejzažima, pre svega, prekrasnim jezerima i čistim šumama. Mazurija je 2011. godine predstavljala Poljsku u finalu svetskog konkursa za 7 novih prirodnih čuda.

Raznolikost Poljske manifestuje se i kao rezultat prisustva različitih kultura. Nacionalna kultura nastala je prvenstveno pod uticajem tradicije latinskog sveta, ali su i predstavnici drugih kultura i civilizacija, uključujući i Vizantiju, doprineli njenom razvoju. Prožimanje kultura vidljivo je u poljskoj tradiciji kroz vekove. Kao rezultat podele Poljske (na ruski, pruski i austrijski deo) na granici između XVIII i XIX veka, te uticaja kultura triju okupatora, Poljska je vrlo osetljiva na svoju istoriju i vrlo vodi računa o očuvanju spomenika i spomen mesta.

Poljska je upravo iz svih ovih razloga zanimljiva turistima različitih interesovanja,

jer u njoj svako može pronaći nešto zbog čega treba da je poseti.

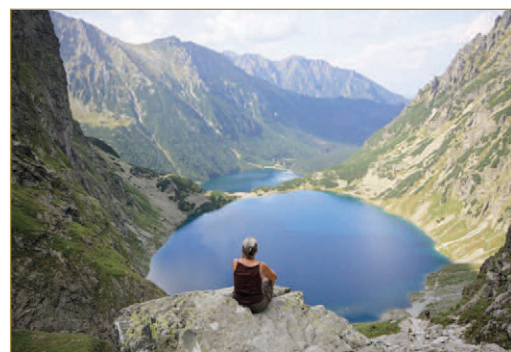
ULAZAK U EU – VETAR U KRILA TURIZMA

● *Koliko vaša zemlja ulaže u turističku infrastrukturu?*

- Na turističkoj mapi Evrope i sveta, Poljska ima sve bolji položaj i spada u jedno od 10 najatraktivnijih mesta na svetu za odmor. Ovakve rezultate dugujemo, između ostalog, i poboljšanju infrastrukture. U Poljskoj su se izgradili novi auto-putevi, kongresni centri, multifunkcionalne hale, koncertne dvorane i stadioni. Mnogi spomenici, kao što su zamkovi, crkve i palate, ponekad jedinstveni u čitavom regionu ili čak i Evropi, dobili su novi sjaj, zahvaljujući napornoj restauraciji ili čak rekonstrukciji na osnovu posleratnih ruševina. Veoma nam je pomoglo pristupanje EU i mogućnost korišćenja EU fondova na nacionalnom i regionalnom nivou (efekti ulaganja najvidljiviji u istočnoj Poljskoj), kao i odluka da se Evropsko prvenstvo u fudbalu 2012. godine održi u Poljskoj, kao i najava da će 2016. godine Krakov biti domaćin Svetskih dana mladih, a Vroclav evropska prestonica kulture.

● *Koji su strateški pravci razvoja turizma u Poljskoj u narednom periodu?*

- Strategija razvoja turizma zasniva se prvenstveno na razvoju inovativnosti, atraktivnosti, kvaliteta turističkih usluga i proizvoda. Jedan od prioriteta poljskog turizma je, pre svega, „istorijski turizam“. To je potencijal skriven u lokalnoj istoriji i kulturi, koji može postati prilika za male gradove i regione koji nemaju mogućnost razvoja u drugim oblastima privrede. U poslednjih nekoliko godina u Poljskoj nastaju brojni interaktivni muzeji koji predstavljaju centre istorijskog obrazovanja, a njihovi stvaraoци





utrkuju se u iskorišćavanju zanimljivih rešenja, kao što je uvođenje informatičke tehnologije u muzejske prostore, što privlači veliki broj posetilaca. Posebno preporučujem Muzej Varšavskog ustanka u Varšavi, Muzej Drugog svetskog rata u Gdanjsku, Muzej Frederika Šopena u Varšavi, Evropski centar solidarnosti u Gdanjsku, koji je 2016. godine dobio prestižnu muzejsku nagradu Saveta Evrope, kao i Muzej istorije poljskih Jevreja „Polin“ u Varšavi, dobitnika nagrade EMA (European Museum Academy).

Savremeni „kulturni turizam“ je takođe veoma popularan. Turisti žele da budu svedoci neverovatnih događaja: da slušaju koncert, vide predstavu, učestvuju u verskim ceremonijama ili na festivalima. Poslednjih godina u Poljskoj svedoci smo nastanka brojnih

inovativnih koncertnih dvorana i spektakularnih zgrada za pozorište, muziku i film, npr. u Ščećinu, Bjalistoku ili Vroclavu, gde se organizuju događaji koji predstavljaju bogatstvo i poljske ali i svetske kulture.

NASLEDE VIŠEVEKOVNE TRADICIJE

Nova oblast na koju ćemo staviti akcenat je razvoj verskog turizma. Savremena mreža svetinja lociranih na atraktivnim turističkim područjima u različitim regionima Poljske je nasleđe viševekovne tradicije, koja se u poslednjih nekoliko godina brzo razvija. U Poljskoj postoje mnoga mesta verskih obreda: katoličke, protestantske i pravoslavne crkve, sinagoge, džamije. Jedna od najvažnijih verskih lokacija je Jasna Gora u Čenstohovi. Drugi centar za hodočašće je svetilište u Golgoti Zebžidovskoj – jedina golgota na svetu upisana na UNESCO listu svetske baštine. Poljska se takođe može pohvaliti najvažnijim pravoslavnim svetinjama kao što je planina Grabarka, koja se naziva i „planina krstova“, gde se pored crkve nalazi oko 10.000 votivnih krstova. Oni su kako pravoslavni, tako i rimski i grčkokatolički krstovi koji svedoče o odsustvu prostora za verske podele. Vrlo zanimljivo mesto na trasi hodočasnika je i Ležajsk, koji je do Drugog svetskog rata bio jedan od najvažnijih hasidskih centara u

Poljskoj. Tradicija posećivanja groba cadika Elimeleha oživela je ponovo sedamdesetih godina prošlog veka. Za haside Ležajsk je jedno od najsvetijih mesta na svetu.

Prioritet je i razvoj sportskog turizma, koji postaje sve popularniji poslednjih godina.

Organizacija međunarodnih sportskih događaja, kao što je Evropsko prvenstvo u fudbalu, privlači milione turista u gradove. Zahvaljujući dobroj organizaciji ovakvog događaja, navijači se za godinu dana ili nekoliko godina obično vrata kao turisti.

● *Poljska ima jedan od najposećenijih centara „dark“ (mračnog) turizma – bivši logor Aušvic, koji svake godine poseti više od milion turista. Bilo je polemike u poljskoj javnosti da to ne bi trebalo promovisati. Kakvo je Vaše mišljenje?*

- To nije tipična turistička atrakcija. Većina posetilaca posetu bivšem logoru tretira kao vrstu hodočašća na mesto koje je postalo simbol holokausta i nemačkih zločina. Zbog toga se tokom boravka na ovom mestu treba uvek ponašati uz dužnu ozbiljnost i poštovanje. Vredi napomenuti da je logor Auschwitz-Birkenau u Osvjenćimu 1979. godine bio kao jedini logor smrti na svetu upisan na listu UNESCO. Većina posetilaca su mladi ljudi iz više od sto zemalja, mnogi dolaze u okviru različitih obrazovnih programa kako bi shvatili istoriju i sadašnje lice Evrope. Ovo mesto, opipljiv dokaz beskrajne okrutnosti, najčešće posećuju Izraelci, ali i predstavnici drugih zemalja: Velike Britanije, SAD, Italije, Nemačke, Španije, Francuske i Južne Koreje.

SVE ATRAKTIVNIJI - POVRATAK PRIRODI!

● *Poljska je poznata po veoma razvijenom seoskom turizmu? Šta biste preporučili ljubiteljima ovog vida turizma?*

- Seoski turizam je odgovor na potražnju koju primećujemo širom Evrope, koja je danas svojevrsan turistički trend i odgovor na potrebu za kontaktom sa prirodom i odmorom u miru i tišini, na čistom vazduhu... Veliki broj turista iz Holandije, Francuske i





Poland occupies an increasingly important position on the tourism map of Europe and the world. It belongs to one of the 10 most attractive places for holidays in the world, among selected destinations for pilgrimages and among the countries for which the interest of investors is growing rapidly. In addition to the diversity resulting from the geographical position and richness of cultures and historical heritage, the impetus for tourism development has allowed the accession of Poland in the EU and the possibility of using EU funds, but also the decision to hold the European Championship in 2012 in Poland, and the announcement that 2016 Krakow will host the World Youth Day and Wroclaw will be the European Capital of Culture. About that and also the Tourism Development Strategy, focusing on the development of historical, cultural, religious and sports tourism, and an increasingly attractive new trend - "return to nature", for the Turistički Svet proudly speaks the Ambassador of the Republic of Poland, Tomasz Niegodysz, the best promoter of his country in Serbia, who does not hide that he likes our country and that he strongly recommends it to his countrymen, especially when it comes to food and wine.



Nemačke traži mesto za odmor u blizini prirode. Pored toga, poljoprivredna gazdinstva imaju sve bogatiju ponudu i za najzahtevnije goste – od prenoćišta, preko celokupnog smeštaja i dodatnih atrakcija kao što su jahanje, ognjišta, regionalni događaji, sve do organizacije odmora za čitave grupe. Za one koji vole planine, preporučujem putovanje u planine Bješčadi (Bieszczady), gde se netaknuta priroda može u potpunosti doživeti. Planinske rute su vrlo atraktivne, prilično naporne ali je najlepša nagrada na kraju jedinstveni pogled koji je nemoguće naći bilo gde drugde u Poljskoj. Ove trase slične su vašoj Staroj planini ili Zlatiboru, ali su šume gušće.

Vredi posetiti i devičanski šumski kompleks Pušča Bjaloveska (Puszcza Białowieska), od 1979. godine upisan na UNESCO listu svetske baštine. U njoj su se sačuvali poslednji fragmenti šuma prvobitnog karaktera u evropskoj niziji, a najveća atrakcija koji živi u divljini ove šume je njen kralj i simbol – bizon. Vredna odmora su takođe Mazurijska jezera gde se može aktivno baviti jedrenjem, ribolovom ili jahanjem.

● *Kakva je struktura smeštajnih objekata u vašoj zemlji? Koliko su zastupljeni svetski hotelski brendovi?*

- U Poljskoj posluje više od 24 lanaca hotela, a najveći hotelski operator je poljska hotelska

grupa Orbis. Sledeća je francuska kompanija Accor koja poseduje veliki broj hotela sa standardom od dve do pet zvezdica. Inter-Continental Hotel Group, koja upravlja mnogim drugim hotelskim lancima, takođe funkcioniše veoma dobro. Pored toga, u Poljskoj se razvijaju i privatni mali porodični hoteli koji ne pripadaju korporativnim mrežama.

POVEĆATI DOSTUPNOST TURISTIČKIH INFORMACIJA

● *Poljska avio- kompanija LOT veoma je atraktivna zbog veoma povoljnih cena ka dalekim destinacijama, a postoji i avionska veza do Beograda.*

- Letovi na liniji Beograd–Varšava odvijaju se jednom dnevno u pogodnim terminima. LOT nudi vezu sa Poljskom kao konačnom destinacijom, ali je aerodrom u Varšavi takođe dobra tačka za presedanja na interkontinentalnim putovanjima za Kinu, Sjedinjene Američke Države ili Kanadu. Poljska avio-kompanija je atraktivna za putnike i zbog aviona Boeing 787 Dreamliner – najsavremenijih aviona na svetu koji su uveli revoluciju u vazdušna putovanja, u smislu udobnosti i rešenja prilagođenih putnicima.

● *Koja je Vaša preporuka za unapređenje bilateralnih turističkih odnosa između naše dve zemlje i šta je potrebno da bi broj turista i s jedne i s druge strane bio veći?*

- Pre svega, potrebno je povećati dostupnost turističkih informacija. Po mom mišljenju, konkurentne cene smeštaja i atrakcija svakako bi uticale na veći broj posetilaca. Drugi element mogu biti i studijske poseta za turoperatore iz obe zemlje radi razmene iskustava.

● *Više od 200.000 Poljaka tranzitira kroz Srbiju na putu za Mediteran. Šta biste im lično preporučili da obiđu, a šta da probaju u Srbiji?*

- Pre svega, preporučujem vašu prestonicu - Beograd, koja je mešavina evropske i orijentalne kulture. Vredi posetiti Novi Sad i Frušku goru sa brojnim manastirima, a takođe, i mesta vezana za istoriju Poljske, kao što je Golubac – mesto stradanja poljskog viteza Zaviše Crnog iz Grabova.

Iskreno, veoma volim dobru kuhinju i pravi sam ljubitelj dobre hrane. Uživam u kvalitetnim srpskim crvenim i belim vinima koja imaju veoma bogat i složen buke.

Veoma mi se sviđaju vaše voće i povrće. Jedno od mojih omiljenih jela je ratatuj, koji uprkos tome što nije srpski specijalitet, ali je napravljen od povrća koje se gaji u Srbiji i raste na suncu – jednostavno predstavlja savršeno jelo. Sviđa mi se blitva, sve vrste salata i povrća. Poljacima bih svakako preporučio jagnjetinu, koju je prilično teško naći u Poljskoj, i jela od divljači.

Marko Jelić

Foto: M. Češevski

Laureat najvećeg priznanja UNWTO

Profesor Unković je jedina ličnost sa naših prostora kome je nedavno u Madridu Svetska turistička organizacija (UNWTO) dodelila najznačajnije priznanje za višegodišnji uspešan rad u stimulanju razvoja turizma u svetu, posebno u oblasti obrazovanja visokostručnih kadrova za turizam. Takođe, sredinom decembra, u Podgorici mu je uručeno najviše priznanje Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za doprinos u oblasti obrazovanja u turizmu i unapređenju regionalne saradnje.



Rođen je između dva svetska rata u malom mestu Uskoplje kod Trebinja, odakle se, još kao dete, sa železničke stanice na kojoj je radio njegov otac, „ćirom“ otisnuo u obližnji Dubrovnik. U ovom gradu završio je osnovnu i srednju školu. Još kao srednjoškolar, oprobao se u ulozi turističkog vodiča, a nakon srednje škole, sa nepunih 17 godina, zapošljava se u jednom industrijskom preduzeću, da bi kao stipendista te firme 1957. godine došao na studije u Beograd. Na drugoj godini Ekonomskog fakulteta, Vlada Republike Srbije prepoznaje njegov potencijal i kao jednom od najboljih studenata dodeljuje mu stipendiju za mlade talente.


- Znao je kako je kad dođete iz jednog relativno malog grada (bez obzira što je Dubrovnik uvek bio svetski centar turizma, kulture i umetnosti), nije lako snaći se. I zamislite, Vlada Republike Srbije tada, tražeći talente za buduće naučne radnike, odlučuje da dodeli stipendiju meni – anonimnoj ličnosti, koja nije imala neki pedigree kad su u pitanju moji časni roditelji. Otac je bio železničar, a majka domaćica. Međutim, kako sam već imao stipendiju preduzeća iz Dubrovnika, zahvalio sam se i rekao da ne mogu da prihvatim stipendiju Vlade, jer smo moj otac i ja potpisali ugovor da ću se vratiti u Dubrovnik kad završim studije Ekonomskog fakulteta i da ću raditi u tom preduzeću. Tada je država funkcionisala besprekorno, i oni su mi rekli da tu nema nikakvih problema i da će oni ovoj firmi vratiti sredstva koja mi je dala na ime stipendije, obračunaće i kamate, te da ja ne treba da brinem, nego samo da prihvatim stipendiju. Vidite, treba nešto lepo reći o onoj našoj velikoj Jugoslaviji. Ja se ponosim što sam se razvijao u jednoj takvoj zemlji, u kojoj je osnovni kriterijum bio kvalitet. Nije bilo bitno ni ko su vam roditelji, ni sa kim se družite, nego – koliko znate! – podsetio je **prof. dr Slobodan Unković** u svom obraćanju na XIV Forumu hotelijera, na koktelu priređenom u njegovu čast.

NAJMLADI DEKAN EKONOMSKOG FAKULTETA

Diplomirao je 1961. godine, magistrirao 1964, a dve godine kasnije doktorirao je u 28. godini. Usavršavao se na Stenford Univerzitetu u SAD, a 1968. postaje ekspert Svetske turističke organizacije (UNWTO). U dva mandata bio je prodekan Ekonomskog fakulteta, a potom i najmlađi dekan u istoriji ove institucije. Vodeće funkcije obavljao je i na Beogradskom Univerzitetu – bio je predsednik Predsedništva Skupštine Univerziteta, prorektor od 1979. do 1983. godine i rektor od 1987. do 1991. godine.



- Nisam mogao ni da sanjam da ću jednog dana od asistenta postati docent, pa zatim vanredni profesor, a kasnije i dekan Ekonomskog fakulteta u Beogradu u svojoj 38. godini! Posle toga postajem prorektor, pa zatim i rektor Beogradskog Univerziteta sa nepunih 49 godina. Jedna anonimna ličnost, poreklom iz Trebinja, tog divnog kraja naše Jugoslavije i ponosne Hercegovine, došla je na čelo jedne stvarno velike i moćne institucije – Beogradskog Univerziteta. Tokom cele karijere, nastojao sam da dajem podršku najkvalitetnijim studentima. Poučen primenom Vlade RS, odnosno tadašnjeg Izvršnog veća Srbije, smatrao sam da treba da se odužim i vratim ukazano poverenje, tako što ću formirati mlade kadrove, dajući podršku stotinama i stotinama kvalitetnih mladih ljudi širom bivše Jugoslavije. Mnogi od njih su i danas na vodećim pozicijama brojnih uspešnih hotelsko-turističkih preduzeća i obrazovnih institucija, od Jasenica do Đevdelijske – istakao je Unković.

 Professor Dr. Slobodan Unković is the only person from our region who was, by the World Tourism Organization (UNWTO) in Madrid, recently awarded the most important recognition for many successful years of work in stimulating the development of tourism in the world, especially in the field of education of highly qualified personnel for tourism. Also, in mid-December, in Podgorica he received the highest recognition of the National Tourism Organization of Montenegro for his contribution in the field of education in tourism and promotion of regional cooperation.

POČASNI PROFESOR SVETSKIH UNIVERZITETA

Paralelno sa akademskom, prof. dr Slobodan Unković je napredovao i u političkoj karijeri: bio je poslanik u Parlamentu SFRJ i Skupštini Republike Srbije, a na prvim višestranačkim izborima u Srbiji izabran je za predsednika Narodne Skupštine RS. Na toj funkciji zadržao se svega 6 meseci – podneo je ostavku u korist Beogradskog Univerziteta. Nakon toga, bio je ministar za nauku i tehnologiju, a od sredine '90-ih, pet godina proveo je kao ambasador SRJ u Narodnoj Republici Kini.

Počasni je profesor i doktor tri istaknuta svetska univerziteta: Lomonosov u Moskvi, Ženmin u Pekingu i Linkoln u SAD. Takođe, prva je ličnost kojoj je na Univerzitetu Singidunum dodeljeno doživotno zvanje profesora emeritusa. Dobitnik je brojnih nagrada i priznanja u zemlji i inostranstvu. Nedavno mu je u Podgorici uručeno najviše priznanje Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za doprinos u oblasti obrazovanja u turizmu i unapređenju regionalne saradnje, a u oktobru mu je Svetska turistička organizacija (UNWTO) u Madridu uručila najznačajnije priznanje za višegodišnji uspešan rad u stimulisanju razvoja turizma u svetu, posebno u oblasti obrazovanja visoko-stručnih kadrova za turizam.

- Generalni sekretar UNWTO okupio je krem iz čitavog sveta, uključujući i ambasadore 32 evropske zemlje. Ukazana mi je velika čast, i prihvatio sam to kao priznanje ne samo meni, nego struci i sredini iz koje dolazim – Srbiji, ali i onoj zemlji koju sam najviše voleo – Jugoslaviji. Ovo je, takođe, i priz-

nanje svim mojim saradnicima – rekao je profesor, završivši svoje izlaganje porukom sadašnjim i budućim liderima da se u svakoj prilici i prema svima ophode čovečno i sa uvažavanjem.

VELIKI ČOVEK, PRE SVEGA

- Kad dođete na određenu poziciju da imate neku vlast, da budete lideri, vodite računa da poštuju, pre svega, osnovne ljudske vrednosti. Jer, stara narodna izreka kaže: „Dajte nekome vlast da vidite kakav je“. Zapamtite elementarnu stvar: lepa reč sva vrata otvara. Lepa reč prema onima koji su iznad nas, ali i onima na relativno nižem statusnom nivou, jer su i oni mnogo važni. Nemojte pokazivati osionost, pokažite ljudske kvalitete. Pravi menadžer uvek mora da vodi računa da se ljudski ponaša – savetuje profesor, i dodaje:

- Teška reč nekad može da vam zatvori sva vrata. Vodite računa o čemu razmišljate i pokušajte da ono što saopštavate, bilo usmeno, ili pismeno, ne vredi druge. Ako se sa nekim ne slažete, nemojte da ispoljite neslaganje na grub način. Nemate pravo nikoga da vrede. Svako ima pravo na svoje stavove. Poštujte to. Poštujte sve one sa kojima radite, vršite izbor najboljih, dajte im šansu da obavljaju složene poslove i budite uvereni da oni to neće zaboraviti. Nikada nemojte ispoljavati aroganciju, jer arogancija je najveći neprijatelj vas kao ličnosti, a vaše ponašanje, u smislu poštovanja drugih, vratiće vam se, budite uvereni, gde god da se pojavite – poruka je profesora Unkovića, koji je istinsko otelotvorenje ovih reči.

Biljana Bosnić Ognjenović

Lekcija O LIDERSTVU iz prve ruke



U punoj sali hotela Falkensteiner u Beogradu, 10. novembra 2017. uspešno je održan **14. Forum hotelijera**, u organizaciji Redakcije časopisa Turistički Svet, a u partnerstvu sa Univerzitetom Singidunum i pod pokroviteljstvom Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija.

Ovaj događaj, čija je tema **LIDERSTVO: Filozofija, Veština ili Talenat?!**, okupio je KREATORE BUDUĆNOSTI – lidere hotelske industrije, sjajne motivacione govornike koji su sa učesnicima Foruma podelili svoje znanje, iskustvo, svoju viziju budućnosti ove najprosperitetnije i najbrže rastuće industrije u svetu!

U ime organizatora, prisutnima je dobrodošlicu poželela **Ljiljana Rebronja** – direktorka Foruma, istakavši da su upravo lideri osnovni generatori razvoja. Ispred resornog Ministarstva učesnike je pozdravio **dr Miroslav Knežević**, državni sekretar za turizam, dok je **Vesna Vlatković**, PR & marketing menadžer grupacije "A Hoteli", navodeći primer svog direktora – predsednika "ALCO Group" Miroljuba Aleksića, istakla da je upravo „energija vlasnika to što pokreće ceo tim, daje vetar u leđa i izvlači iz zaposlenih ono najbolje“.

Forum je zvanično otvorio **prof. dr Slobodan Unković** – emeritus Univerziteta Singidunum, koji je liderima u hotelskoj

Da li se lider rađa ili postaje? Koje osobine ga razlikuju od drugih? Da li se on krije u svakome od nas? Kako unaprediti svoje liderske veštine? Koji je ključ uspeha... Samo su neka od pitanja na koje su u svojim motivacionim govorima, na XIV Forumu hotelijera, odgovore dali lideri hotelske industrije.

industriji poručio da pruže šansu mladim ljudima i prepoznaju njihov talenat.

SVAKI PAD JE NOVA LEKCIJA

Šta je to što odlikuje jednog lidera, na ličnom primeru objasnio je **Žarko Radulović**, suvlasnik kompanije "Hotel Group Montenegro Stars".

- Lider mora da ima životno iskustvo i da bude dobar čovek. Treba da poštuje sebe, voli svoje goste i ljude sa kojima radi. Jednom prilikom su me pitali čime se najviše ponosim. Očekivali su da ću da kažem – hotelom "Splendid". Ali, ja se najviše ponosim svojom decom i svojim padovima. Svaki put kada sam pao, podigao sam se jači: sa jednim iskustvom više i naučenom lekcijom – naveo je Radulović.

O liderstvu sa teorijske tačke gledišta govorio je **prof. dr Slobodan Čerović**, dekan Fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment Univerziteta Singidunum. On je naveo da liderstvo podrazumeva proces i interakciju između lidera i njegovih superiornih (a ne inferiornih) saradnika, kao i da liderstvo ne postoji bez moći, koja proističe iz mogućnosti kažnjavanja i nagrađivanja. No, zloupotreba te moći, kako je naveo – neminovno vodi ka neuspehu.

INICIJATORI PROMENA

- Lider budućnosti je diplomata, čovek preporoda, koordinator i strateški planer, onaj koji donosi odluke, pregovara, ubeđuje, zalaže se za konsenzus, stalno uči i inovira, kreira viziju, misiju, ciljeve, strategije i implementira ih u život organizacije, upravlja promenama i kreira nove vrednosti – zaključio je Čerović.

Putem video poruke, učesnike Foruma iz Meksika pozdravio je **Rade Samčević** – direktor Agencije HT, poručivši im da budu primer drugima, kao i **Dragana Đermanović**, predsednica



USPEŠNO ODRŽAN XIV FORUM HOTELIJERA:

"Bee Premium Grupe", koja je ove godine na Ženskom ekonomskom forumu u Nju Delhiju proglašena za "Ženu decenije u oblasti društvenih mreža i liderstva".

- Lider je ona osoba koja je spremna da uvede inovacije i inicira promene. Zato, kreirajte nove vrednosti i promene, inspirisani digitalom – poruka je Dragane Đermanović.

LIDER JE U NAMA

Da se lider krije u svakome od nas, naglasio je **Goran Kovačević**, generalni menadžer hotela "Square Nine", dodavši da efikasan lider treba da kreira svoju viziju i upravlja njenim ostvarenjem, da upravlja svojim timom, motiviše svoje zaposlene i prepoznata one koji mogu više. Naveo je i da lider mora da promovira svoje znanje i iskustvo, održava kredibilitet tako što će ispunjavati svoja obećanja, te da odlučno deluje i reaguje u stresnim situacijama. Lider, takođe, mora da bude informisan, da prepoznaje brige i probleme zaposlenih i da sa njima deli svoje znanje.

Da lider može biti svako, složila se i **Jelena Šuleić** – generalna direktorka "A Hotela", ali je „teško biti uspešan lider, koji će, kada je hotelijerstvo u pitanju, istovremeno

uspevati da ostvari dobar profit i tako zadovolji vlasnika hotela, da pruži izvrsnu uslugu gostima i da za zaposlene ima dobre, srećne, uspešne i zadovoljne ljude“.

- Uspeh stimuliše, ali sreća generiše uspeh. Srećni ljudi su uspešni ljudi. Radujem se svojim i tuđim uspesima – istakla je Šuleić, uz poruku da je u životu najvažnije imati cilj.

- Po završetku fakulteta, sa 24 godine otišla sam na Kipar, gde sam radila kao spremačica u jednom hotelu. Preplakala sam prvih šest meseci, bilo je jako teško, ali sam to hrabro izdržala. Tada sam definisala svoje ciljeve, brzo sam učila i vrlo brzo napredovala. Kada imate cilj, imate trasu kojom se krećete, znate čemu težite i tada ne postoji sila koja može da vam se ispreči na putu – otkrila je direktorka prvog srpskog lanca luksuznih hotela.

DA LI SE LIDER RAĐA ILI POSTAJE?

Po rečima **prof. dr Ljiljane Kosar**, ključ uspešnosti krije se u strasti, hrabrosti i posvećenosti.

- Strast je izvor unutrašnje energije. Kada zračimo strast, mi smo harizmatični, pridobijamo svoje sledbenike, postajemo lideri. Strast generiše hrabrost, a hrabrost



In the crowded hall of the Falkensteiner Hotel in Belgrade, on November 10th, 2017 with a great success was held the 14th Forum of Hoteliers, organized by the Editorial Board of the magazine Turistički Svet in partnership with the Singidunum University and under the patronage of the Ministry of Trade, Tourism and Telecommunications. This event, with the topic of "Leadership: Philosophy, Skill or Talent?!", brought together creators of the future - the hotel industry leaders, great motivational speakers who shared their knowledge, experience, vision of the future of this most prosperous and fastest growing industry in the world!

je sposobnost da nadvladamo strah i držimo ga pod kontrolom. Takođe, nema rezultata bez posvećenosti i predanosti – istakla je prof. Kosar, dodajući da su najveći neprijatelji uspeha ravnodušnost, kukavičluk i letargija.

Ona je citirala i čuvenog Bila Meriota, vlasnika najvećeg svetskog hotelskog lanca "Marriott", koji liderima poručuje da promoviraju svoje ključne vrednosti, da prigrle promene, da imaju smisla za detalj



i vole ono što rade! A na pitanje – da li se lider rađa ili se lider postaje, odgovorila je citatom Tomasa Edisona da lidera čini „1% talenta i 99% posvećenog, hrabrog i strastvenog rada“.

Lider je onaj ko ima veštinu da svoje talente prenese na ceo tim – polazište je direktora beogradskog hotela "Saint Ten" **Vladimira Marinkovića**, koji smatra da uspešne lidere krase vizionarstvo („lider mora gledati u daleku budućnost“), mogućnost da motiviše sebe i svoj tim, svest o važnosti tima, sposobnost da brzo donosi odluke i kreira pozitivnu atmosferu i harmoniju.

LJUDI KOJI SU OSTVARILI SVOJE SNOVE

Lider mora biti spreman da mu se ostvari dečjački san – u svom izlaganju istakao je **dr sci. med. Dejan Stanojević**, direktor SB "Mercur" iz Vrnjačke Banje, priznavši kako je njemu to pošlo za rukom, jer je uspeo da se upozna i prijatelji sa legendom našeg glumišta, Draganom Nikolićem, koji je bio višegodišnje zaštitno lice SB „Mercur“. Na šarmantan i duhovit način ispričao je anegdote o svom druženju sa velikim Gagom, čija je statua, upravo na inicijativu rukovodstva „Merkura“, nedavno postavljena u vrnjačkom parku.

Vesna Kostadinović, vlasnica hotela „Kraljevi Čardaci SPA“ na Kopaoniku, otkrila je prisutnima kako su ona i njen suprug Milan, u želji da imaju nekretninu na Kopaoniku, neplanirano postali hotelijeri.

- Da nije bilo ljudi koji su verovali u nas, ne bi bilo ni „Čardaka“. Važno je i međusobno poštovanje, zdrav tim koji teži istom cilju, ali i promenama. Veoma je bitna proaktivnost, kao i istrajnost i hrabrost da sve izguramo do kraja. Lideri ponekad rizikuju više od ostalih – poručila je Vesna Kostadinović.

BUDITE FLEKSIBILNI

Da biste postali vrhunski lider, morate se prvo probuditi – mišljenje je NLP trenera & coach-a, **prof. dr Lelice Todorović**, koja lidere deli na konstruktivne i destruktivne.



- Konstruktivni lideri moraju prvo da imaju svoju viziju ili san, da znaju šta žele i zašto to žele. Potom sledi akcija, kojom se taj san realizuje. Prilikom realizacije sna, neophodno je imati otvorena čula, da primećujete šta se dešava na vašem putu i u okruženju – da li idete ka cilju, ili od cilja? Da li se dešava neka promena u vašem okruženju? Pažljivo gledajte šta se dešava oko vas, slušajte, ispitujte, istražujte! A onda fleksibilno menjajte sve ono što vas ne vodi vašem cilju. Promenite i cilj ako ste shvatili da vam više nije značajan. Fleksibilnost je vrlo važna osobina svakog konstruktivnog lidera. To nije popustljivost, nego osobina ljudi koji kontrolišu sistem. Fleksibilna osoba najduže traje u sistemu – zaključak je prof. dr Todorović.

Sa ovom konstatacijom složila se i **Milena Milenković**, direktorka hotela "Junior" – Brzeće, koja je istakla da istinski lideri poseduju odgovornost, poverenje, fleksibilnost i emocije.

NAJUSPEŠNIJI FORUM DO SADA

Po završetku Forumu, organizovan je koktel u čast **prof. dr Slobodana Unkovića**, kome je krajem oktobra Svetska

turistička organizacija (UNWTO) u Madridu dodelila najznačajnije priznanje za višegodišnji uspešan rad u stimulisanoj razvoju turizma u svetu, posebno u oblasti obrazovanja visoko stručnih kadrova za turizam. Svečanom koktelu prisustvovao je i gospodin **Miroljub Aleksić** – predsednik „ALCO Group“, koji je čestitao profesoru Unkoviću na nagradi i u svom obraćanju najavio da je u planu otvaranje hotela „Tornik“ na Zlatiboru.

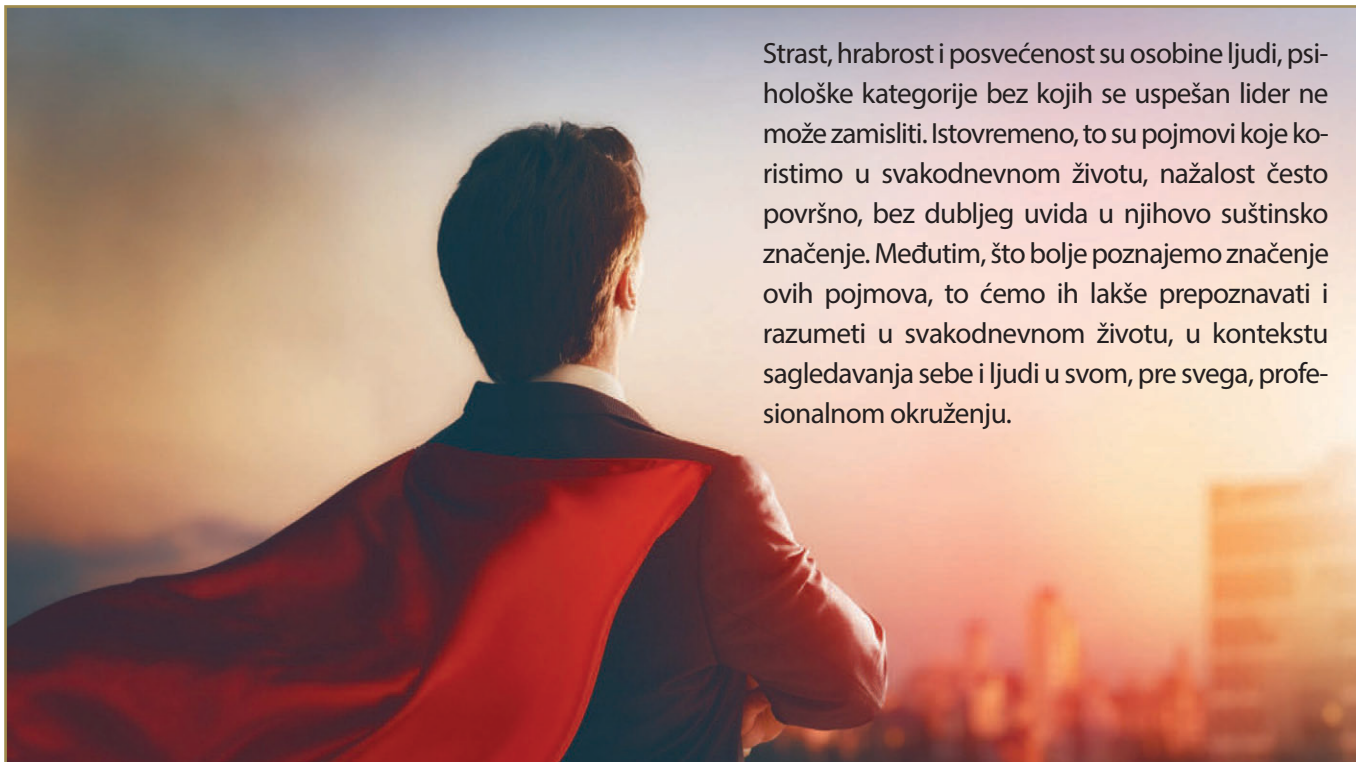
Forum je bio izuzetna prilika za uzbudljiv susret sa najuspešnijima, razmenu mišljenja s nosiocima razvoja, za umrežavanje, nove poslovne kontakte – susret s onima koji su odavno razumeli da je znanje jedino blago koje se deljenjem uvećava.

- XIV Forum hotelijera bio je zaista najuspešniji do sada: sjajni motivacioni govornici, izuzetna publika, respektabilni gosti, savršena organizacija, sve uključeno u zadati vremenski okvir, atmosfera nabijena energijom! Toliko dragocenih informacija, praktičnih pouka iz života, osvetljenih problema, otvorenih ličnih ispostavi, toliko zanimljivih izlaganja, smeħa, divnog druženja... Sigurna sam da su svi učesnici Forumu imali snažan osećaj zajedništva i da su osetili kako u njima iz časa u čas raste adrenalin motivisan vizijom uspešnosti – rekla je direktorka Forumu **Ljiljana Rebronja**, dodavši da je najveći uspeh XIV Forumu hotelijera i svih učesnika – motivacionih govornika, saznanje da su u mladim menadžerima i studentima hotelijerstva uspeli da probude želju da jednog dana i oni budu kreatori budućnosti. – Srećna sam što se tokom Forumu, iz pogleda koji nisu skidali sa govornika i načina na koji su upijali njihove reči, moglo jasno videti da su već počela da im „rastu krila“!

Moderator programa bio je **Miša Ćirić**, direktor "Diaspora Group", koji je svojim maestralnim vođenjem čitavom Forumu dao poseban ton.

*Tekst: Biljana Bosnić Ognjenović
Foto: Siniša Živković i Goran Zlatković*

STRAST, HRABROST, POSVEĆENOST!



Strast, hrabrost i posvećenost su osobine ljudi, psihološke kategorije bez kojih se uspešan lider ne može zamisliti. Istovremeno, to su pojmovi koje koristimo u svakodnevnom životu, nažalost često površno, bez dubljeg uvida u njihovo suštinsko značenje. Međutim, što bolje poznajemo značenje ovih pojmova, to ćemo ih lakše prepoznavati i razumeti u svakodnevnom životu, u kontekstu sagledavanja sebe i ljudi u svom, pre svega, profesionalnom okruženju.

KOMPONENTE PROFESIONALNOG USPEHA

Reč strast potiče od latinske reči *passio* i objašnjava se kao veoma jako osećanje prema nekome ili nečemu. Dakle, često kao sinonim za strast koristimo reč pasija. Objašnjava se kao velika želja, entuzijizam, uzbuđenje. Strast je, dakle, vrsta ljudske emocije. Razlikuje se od afekta koji se smatra trenutnim stanjem i često se povezuje sa negativnim emotivnim reakcijama ljudi, dok strast predstavlja trajno usmerenje čovekove duše. Još je holandski filozof iz 17. veka, Spinoza, uočio da na strasti ne treba gledati kao na poroke. On diferencira strasti prema tome da li povećavaju ili smanjuju moć delovanja čoveka. Kada strasti povećavaju moć našeg delovanja, osećamo radost, a u suprotnom, osećamo žalost. Čuveni nemački filozof Hegel primetio je da „bez strasti nije ni -

šta veliko stvoreno niti se bez nje može stvoriti“. Prema Barbari de Anđelis, strast je unutrašnji izvor energije. Ona smatra da je strastveno življenje način postojanja. Svaki put kada čovek donese odluku da se promeni, da se razvija, da postane bolji u ličnom i profesionalnom smislu, on dela iz jezgra svoje unutrašnje strasti. Upravo strast podstiče čoveka da nastavi i onda kada okolnosti ukazuju da treba odustati. Kada je neko „harizmatičan“, ono što se kod njega prvo zapaža jeste njegova strast. Strast je zavidljiva. Ona mami. Mi želimo da budemo u blizini harizmatičnih osoba, da ih gledamo i slušamo – da ih sledimo. Te osobe su lideri i oni imaju moć da nadahnjuju druge.

Moć koja potiče iz strasti vodi ka **hrabrosti**. Hrabrost predstavlja jednu od četiri antičke vrline (razboritost, pravednost, umerenost i

hrabrost). U osnovi hrabrosti leži jaka i kontinuirana potreba za ispunjavanjem ličnih obaveza uprkos velikim preprekama, opasnostima i teškoćama. Hrabrost podrazumeva samopouzdanje koje generiše sposobnost suočavanja sa rizicima. Može se govoriti o fizičkoj i moralnoj hrabrosti. Moralna hrabrost je danas ključna komponenta uspešnosti i neizostavna osobina dobrog lidera. Moralna hrabrost znači spremnost na suprotstavljanje uvreženim mišljenjima većine, zastarelim stavovima i poslovnim konceptima. Hrabrost u poslovanju podrazumeva vizionarstvo i spremnost na promene, uprkos rizicima. Poznata je izreka čuvenog francuskog književnika Andre Žida, koja glasi: „Čovek ne može da otkrije nove okeane ako nema hrabrosti da obalu izgubi iz vida.“ Hrabrost se tretira kao svesno ispoljavanje

slobodne volje. Biti hrabar znači doneti odluku i dosledno je sprovesti, ma šta drugi o tome mislili. Biti hrabar znači svest o posledicama donete odluke. Biti hrabar znači prihvatanje odgovornosti za posledice donetih odluka. Hrabrost ne treba tumčiti kao nepostojanje straha. Legendarni borac za ljudska prava Nelson Mandela rekao je: „Naučio sam da hrabrost nije odsustvo straha, nego da je to pobjeda nad njim. Hrabar čovek nije onaj koji se ne oseća uplašeno, nego onaj koji nadvlada taj strah.” Svaki odgovoran poslovni čovek, profesionalac i lider, oseća zabrinutost u vezi sa očekivanim efektima i mogućim rizicima u kontekstu odluka koje je doneo. Međutim, to ne umanjuje njegovu hrabrost i rešenost da istraje na putu koji je izabrao i u koji veruje.

Za istrajnost, predanost, marljivost, postoji zajednički imenilac i zove se **posvećenost**, bez koje se takođe ne može zamisliti uspešan lider. Poznati i mudri ljudi prepoznali su značaj posvećenosti, o čemu svedoče njihove izreke:

„Uspeh zavisi od truda.“ (Sofokle – antički dramski pisac)

„Istrajan rad sve pobeđuje.“ (Marko Aurelije – rimski car)

„Genijalnost je 1% nadahnuća i 99% znoja.“ (Tomas A. Edison – američki pronalazač)

„Vrlo je važno ne odustati. Tek tako možete nešto i učiniti.“ (Stiven Hoking – britanski fizičar)

„Svaki je veliki uspeh trijumf upornosti.“ (Sigmund Graf – nemački pisac)

„Kvalitet vašeg života određivaće to koliko ste posvećeni besprekornom radu, bez obzira na to koju ste oblast odabrali.“ (Vins Lombardi – igrač i trener američkog fudbala)

NEPRIJATELJI USPEHA

Strast, hrabrost i posvećenost su karakterne osobine koje se međusobno prepliću i uslovljavaju. Strast se rađa iz posvećenosti. Stvarni unutrašnji doživljaj predavanja individue onome u šta veruje oslobađa njenu strast, njen entuzijazam, njenu privrženost, stvara veće uzbuđenje i energiju. Strast i posvećenost poslu generišu nove ideje. To dovodi do povećanja samopouzdanja, odnosno, do hrabrosti za preduzimanje promena u kontekstu realizacije tih novih ideja.

Najveći neprijatelji strasti, hrabrosti i posvećenosti su njihove suprotnosti – ravnodušnost, kukavičluk i letargija. Svaki čovek se suočava sa ovim manama kojima mora da se odupire, posebno u kontekstu težnje ka uspešnom poslovanju i liderstvu. Nažalost, profesionalna, kao i životna ravnodušnost, često je prisutna u životima ljudi. Na neki način je nametnuta kao životni stil savremenog čoveka, gde se pokazivanje emocija smatra slabošću, profesionalna strast idealizmom i naivnošću, a ravnodušnost snagom. U suštini, ravnodušnost gotovo nikada nije iskrena, bez obzira što se često predstavlja kao unutrašnja snaga i emocionalna neuzdrmanost. Ravnodušnost često služi kao paravan za kukavičluk koji u profesionalnom smislu vodi u nazadovanje, u zaostajanje, u loše poslovne rezultate i nezadovoljstvo. Tromost duha i neinventivnost, odsustvo ideja, novih znanja i težnje ka inovacijama ogledaju se u profesionalnoj letargiji, odnosno, obamrlosti i uspavanosti.

STRAST JE ZAVODLJIVA. ONA MAMI.

MI ŽELIMO DA BUDEMO U BLIZINI

HARIZMATIČNIH OSOBA, DA IH GLEDAMO

I SLUŠAMO – DA IH SLEDIMO.

TE OSOBE SU LIDERI I ONI IMAJU

MOĆ DA NADAHNJUJU DRUGE.

Unutrašnja borba svodi se na suprotstavljanje strasti ravnodušnosti, hrabrosti kukavičluku i posvećenosti letargiji. Za uspeh je ključno prepoznavanje pomenutih negativnih stanja i emocija koje nisu strane nijednoj osobi, makar ona bila na najvišoj menadžerskoj funkciji. Za njihovo prevladavanje neophodan je kontinuirani napor, samospoznaja, automotivacija.

Život je težak. Ovo je rečenica kojom počinje bestseler čuvenog američkog psihologa Skota

Peka „Put kojim se ređe ide“. Život se sastoji od niza problema koje smo prinuđeni da kontinuirano rešavamo, strastveno i hrabro im se posvećujući, kako bismo ih prevazišli i išli dalje ka svom cilju, kako bismo bili uspešni i zadovoljni, kako bismo dobili novu energiju za nove izazove.

PRAVILA USPEŠNOG BIZNISA

Pravila biznisa koja slede nastala su kao rezultat sublimacije iskustava čelnih ljudi velikih svetskih kompanija iz različitih privrednih oblasti. To su:

Fokusiranost – jasna usmerenost na konkretan problem, uz sposobnost selektivnog pristupa i izdvajanja najvažnijeg, gorućeg pitanja kojim se treba baviti bez suvišnog trošenja energije na sporedne stvari.

Pragmatičnost – efektivno i efikasno delovanje kao rezultat fokusiranosti na osnovne probleme u poslovanju.

Transparentnost – otvorenost u tumačenju vizije, misije i strategije poslovanja, u prikazivanju rezultata, iskrenost u promotivnim aktivnostima.

Strpljenje – sposobnost pravilne percepcije protoka vremena za realizaciju određenih ciljeva.

Upornost – doslednost u rešavanju problema, neodustajanje pred teškoćama.

Odlučnost – spremnost na rizik pri donošenju teških odluka koje su prema ličnoj proceni lidera neophodne i kad ne uživaju širu podršku.



Energičnost – svest o realnim mogućnostima tima i sposobnost izvlačenja maksimuma iz postojećih potencijala.

Stoicizam – sposobnost da se podnesu porazi i snaga da se nastavi dalje.

Odgovornost – preuzimanje odgovornosti za izvršene poslove i ostvarene, posebno loše rezultate, i uticaj na sledbenike da se odgovorno ponašaju.

Autentičnost – formiranje sopstvenog stila poslovanja i liderstva na osnovu konsultovanja brojnih teorijskih koncepcija i praktičnih iskustava.

Inovativnost – uslov ne samo uspeha nego, pre svega, opstanka u stalnoj konkurentskoj utakmici.

Nezavisnost – moć odupiranja različitim uticajima, u kontekstu sposobnosti selekcije pozitivnih i negativnih pojava.

Poverenje – sposobnost pomirenja empatije i doslednosti u odnosima sa podređenima, čime se stiče poverenje sledbenika.

Integritet – postojanost u poslovanju, postavljanju pravila, pridržavanju standarda, što takođe doprinosi sticanju poverenja i rastu suštinskog, a ne formalnog autoriteta.

Inspirativnost – autentičnost doživljavanja i reakcija na različite poslovne situacije, kreativnost koja podsticajno deluje na sledbenike.

Strast – entuzijazam, uzbuđenje, radost stvaranja, stalna težnja ka boljim i većim postignućima.

Otvorenost uma – spremnost na prihvatanje novih ideja, fleksibilnost i prilagodljivost kao rezultat razumevanja i podržavanja različitosti među poslovnim saradnicima.

Personalitet – usmerenost na posebne kvalitete saradnika i sposobnost njihovog prepoznavanja.

Pozitivan stav – optimizam koji se prenosi na

sledbenike i pomaže u prevazilaženju teških situacija za kompaniju.

Velikodušnost – davanje prioriteta zajedničkim interesima na račun pojedinačnih i pokazivanje takvog stava na ličnom primeru.

Komunikativnost – stalno kontaktiranje sa saradnicima u funkciji pojašnjavanja poslova i ispunjavanja zadataka koji se od njih očekuju.

Neumornost – spremnost na kontinuirani rad, uz uticaj na sledbenike da crpe kreativnu energiju iz sopstvenih unutrašnjih izvora.

Ova pravila u formi potrebnih osobina lidera pokazuju da su u osnovi njihovog razumevanja i prihvatanja upravo strast, hrabrost i posvećenost. Strast je, dakle, neizostavna komponenta uspešnog biznisa. Odlučnost, energičnost, inovativnost, autentičnost, nezavisnost, ispoljavaju se u biznisu kao posebni oblici strasti, ali i hrabrosti, samopouzdanja, sprem-

HRABROST U POSLOVANJU PODRAZUMEVA

VISIONARSTVO I SPREMNOST NA PROMENE,

UPRKOS RIZICIMA.

nosti na promene. Stoicizam i preuzimanje odgovornosti takođe su izraz hrabrosti. Strpljenje, upornost, integritet, inspirativnost, otvorenost uma, personalitet, pozitivan stav, velikodušnost, komunikativnost, neumornost – sve su to različiti međusobno povezani i uslovljeni oblici ispoljavanja posvećenosti radu, sopstvenom pozivu i ulozi lidera. Posvećenost podstiče strast, strast vodi ka hrabrosti, hrabrost donosi nove oblike posvećenosti, pa se krug zatvara, ali se ne prekida već nastavlja da cirkuliše.



USPEŠNI LIDERI IZ MEĐUNARODNE HOTELJERSKE PRAKSE

U svetu je mnogo velikih i uspešnih ljudi, pravih lidera iz oblasti hotelijerstva. Teško je biti objektivan, pa izabrati jedne, a izostaviti druge. Ipak, autor ovog teksta rukovodio se određenim kriterijumima. Prvi kriterijum je vodeća pozicija na listi najpoznatijih hotelskih lanaca. S tim u vezi je ime legendarnog **J. W. Marriott-a mlađeg**, čuvenog sina još čuvenijeg oca, osnivača hotelskog lanca “Marriott”, danas najveće hotelske kompanije na svetu, koja se prostire u 122 zemlje, sa kapacitetom od preko milion i 100 hiljada soba u blizu 6 hiljada objekata. Danas 85-ogodišnji J.W. Marriott, dugi niz godina nalazio se na čelu kompanije koju je osnovao njegov otac. On je živa legenda svet-skog hotelijerstva i veoma uticajna osoba od koje se još uvek može učiti o liderstvu u ovoj oblasti. Njegov odgovor na pitanje šta čini uspešnog lidera u hotelijerstvu svodi se na sledeće četiri rečenice:



Passion, courage and dedication are the qualities without which a successful leader could not be imagined. Passion is seductive. It lures. We want to be near the charismatic people, to watch them and listen to them - to follow them. These people are leaders and they have the power to inspire others. Courage in business involves vision and readiness for change, despite the risks. Commitment stimulates passion, passion leads to courage, and courage brings new forms of commitment. So the circle closes and doesn't stop, but continues to circulate.



- Promovišite osnovne vrednosti.
- Prigrillite promene.
- Vodite računa o detaljima.
- Volite ono što radite.

Navedene rečenice sadrže ključne aspekte uspešnosti koji su osnovna tema ovog teksta – strast, hrabrost, posvećenost. Za uspeh je neophodno voleti svoj posao a to znači strast. Za uspeh je potrebno biti spreman na promene, a to znači hrabrost. Za uspeh je potrebno identifikovati i slediti osnovne vrednosti kompanije i voditi računa o detaljima, a to znači posvećenost.

Drugi kriterijum izbora sledećeg primera je prvo mesto na listi 30 vodećih lidera u ugostiteljstvu, prema online istraživačkoj organizaciji "Global Gurus", koje pripada **Brandonu W. Johnsonu**. On je veoma traženi motivacioni govornik, trener i konsultant, autor knjige "Ugostiteljstvo iz srca" ("Hospitality from the Heart"). Knjiga je izdata 2013. i proglašena poslovnom knjigom godine od strane izdavačke kuće MIPA (*Midwest Independent Publishing Association*). Danas se ova knjiga koristi kao obavezno štivo u stručnim školama i na koledžima za turizam i ugostiteljstvo širom SAD i kao praktični priručnik za zaposlene u mnogim ugostiteljskim kompanijama. Iz naslova knjige se jasno vidi stav ovog izuzetnog eksperta čijoj je karijeri edukatora, motivatora i konsultanta prethodilo iskustvo u restoraterskoj i hotelijerskoj praksi, u pogledu ključa uspešnosti hotelijerskog poslovanja. Taj ključ dolazi iz srca, to je emocija, to je strast. U prilog ovome govori i sledeći citat iz knjige: „*Možete poslužiti sjajnu hranu. Možda imate lepu zgradu i okruženje. Možda imate izuzetan dizajn enterijera. Možda imate sve najnovije tehnologije. Međutim, u*



današnjem svetu to nije dovoljno. Jer ne radi se samo o svim tim stvarima, niti o tome da li vaši marketinški napori dovode kupce. Reč je o tome da li će vaše gostoprimstvo nastaviti da ih vraća.“ B.W. Johnson je dobitnik nagrade „Lider u nastajanju“, američkog poslovnog časopisa „Twin Cities Business Magazine“. Godine 2010. osnovao je sopstvenu kompaniju za konsalting usluge pod nazivom „Mladić pozitivne energije“ („Positive Energy Guy“). Naziv kompanije potekao je iz imidža njenog vlasnika koga su klijenti doživljavali kao osobu izuzetne unutrašnje energije pozitivnog zračenja, kao harizmatičnu ličnost koja poseduje moć uticaja na druge, čineći ih tako svojim sledbenicima.

POSVEĆENOST PODSTIČE STRAST,
STRAST VODI KA HRABROSTI,
HRABROST DONOSI NOVE OBLIKE
POSVEĆENOSTI, PA SE KRUG ZATVARA,
ALI SE NE PREKIDA VEĆ
NASTAVLJA DA CIRKULIŠE.

Sledeći kriterijum izbora primera uspešnog lidera rukovođen je retkošću. Na žalost, još uvek su retki i malobrojni primeri žena vrhunskih svetskih hotelijerskih lidera. Među njima je nesumnjivo **Holly Stiel**. Godine 1976. Holly Stiel je postala prva žena konsijerž u SAD, u hotelu "Grand Hyatt Union Square" u San Francisku. Dve godine kasnije, kao prva žena stala je na čelo nacionalne asocijacije konsijerža ekskluzivnih hotela. Danas je renomirani, svetski priznati ekspert za ugostiteljstvo, posebno za personalizovane usluge, pre svega zasnovane na poslovima konsijerža. Autor je sledećih knjiga: „Hotelski konsijerž – umetnost i nauka“ („The Art and Science of the Hotel Concierge“), „Ultimativna usluga – kompletan priručnik za svet konsijerža“ („Ultimate Service, The Complete Handbook to the World of the Concierge“), „Hvala lepo – knjiga za svakoga ko je ikada rekao: Kako mogu da vam pomognem?“ („Thank You Very Much – A Book for Anyone Who Has Ever Said, “May I Help you?“), „Neonska svetla usluge“ („The Neon Signs of Service“). Svojom pisanom reči Holly Stiel je dala neprocenljiv doprinos profesionalizaciji posla ho-



telskog konsijerža, insistirajući na njegovim tzv. „mekim“, prevashodno komunikacionim veštinama, koje u poslednjoj knjizi dovodi do granice sa umetnošću. Smatraju je „guruom“, filozofom personalizovane usluge. Njen edukativni metod je inovativan, s obzirom na profesionalni pristup poslu konsijerža koji je dugo bio nezasluzeno zapostavljan. Danas radi kao edukator, udahnjujući život svojim knjigama. Insistira na usluzi svetske klase i uloji konsijerža u dostizanju tog nivoa. Njena predavanja su se mogla čuti na čak 25 jezika širom sveta, od Japana do Južnoafričke Republike.

Imajući u vidu navedene detalje iz njene biografije, jasno se uočava da je njen profesionalni život bio rukovođen strašću. Kada se toliko voli ono što se radi, tada se ispolji hrabrost za profesionalnim pozicioniranjem u muškom svetu, što nije lako, a posebno nije bilo pre 40 godina. Predan rad, posvećenost usluzi, smisao za detalj i finesu, doveli su Holly Stiel do velikih profesionalnih dostignuća i omogućili teoretičarima i praktičarima hotelijerstva da napreduju i razvijaju se, zahvaljujući njenim izlaganjima i pisanoj reči.

Ovaj tekst posvećen je ljudima koji su kreatori kvaliteta usluge i uspeha u hotelskom biznisu. Zovemo ih liderima. Da li su predodređeni da budu lideri ili su to postali tokom vremena? Trebalo bi da je ova „večita“ dilema konačno prevaziđena. Uspešan lider poseduje 1% talenta, ostalo je rad, vođen strašću, hrabrošću i posvećenošću.

Prof. dr Ljiljana Kosar

DA BI POSTAO USPEŠAN LIDER MORAŠ SE PRVO PROBUDITI



Lelica Todorović PhD,
NLP trainer & coach
info@nlpgradionica.com

Bilo da ste muškarac ili žena, zaposleni ili poslodavac, bilo da ste deo male porodične firme ili velike korporacije, vaš život je povezan sa životima drugih ljudi. Ta povezanost čini da vi vršite uticaj na druge i drugi utiču na vas. Svakoga dana. Alat uticaja su reči i ponašanje. Radionica za izradu alata: misli i emocije. Od toga šta se dešava u vašoj radionici, zavisi da li ćete veći deo života biti lider ili sledbenik.

Uspešan lider zna da uspeh ima strukturu. Zna da prvo treba da definiše cilj, pa onda sve ostalo. Putevi, resursi i prepreke zavise od toga gde je sada i gde želi da stigne. Lider zna da je prva osoba koju treba da povede, da bi mogao da vodi ostale, on sam. Promišljen je, kontroliše i kanališe misli i emocije, a time i sopstvene reči i ponašanje. Zna da je potrebno proći kroz proces da bi se stvorio kvalitetan proizvod, posebno da bi se stvorio kvalitetan čovek. Zato je strpljiv. Nestrpljivost pokazuje želju da se stigne na cilj, a da se izbegne proces. Bez procesa nema kvaliteta. Uspešan lider poštuje vreme, ali ga ne pušta da prolazi uzalud. Lider je posvećen svom cilju i zna da prepozna kad uzalud rasipa energiju.

MODEL ZA SLEDBENIKE

Lider prvo daje lični primer. Zatim motiviše ljude da, u okviru svojih resora, čine isto što i on. Usput ih mentoriše da ostvare svoj

puni potencijal. Sve ovo važi i ako lider to ne radi svesno. Ljudi u svojim resorima preslikavaju ono što lider radi. Ako lider komunicira konstruktivno, ako motiviše svoje ljude, ako ih mentoriše, oni će to isto činiti dalje. Sve se duplicira. Znači, ukoliko lider želi da napravi promenu u svojoj organizaciji, potrebno je da pruži drugačiji primer. Ono što govori, a posebno ono što čini, model je za sledbenike.

Uticaj na sebe, kao i na druge, razvija se postepeno. Prvo upoznavanjem. Da biste upoznali i sebe i druge potrebno je da budete budni. Realni. Šta znam, šta je potrebno da saznam? Šta moji ljudi znaju, šta je potrebno da nauče? Šta stvarno umem a koju veštinu je potrebno da usavršim? Kakav je realno kvalitet našeg proizvoda ili usluge? Kako se osećam u vezi sa onim što radim? Da li sam motivisan? Da li su moji ljudi motivisani? Lider prvo prati sebe i druge, pa tek onda vodi.

Lider koji zna šta njegovi ljudi misle i kako se osećaju, a ne samo šta govore i kako se

ponašaju, može predvideti buduće događaje i usmeravati ih. On to postiže time što su mu čula i um otvoreni. On aktivno sluša šta drugi ljudi govore, gleda šta čine, ciljano se raspituje, koristi intuiciju, promišlja. Lider zna da ljudi, u većini slučajeva, donose emocionalne odluke, a zatim ih racionalizuju. Zato on uzima u obzir emocije svojih ljudi i radi sa njima, ne protiv njih. On zna da motivacija dolazi iz emotivnog bića, a planiranje iz racionalnog. Realizacija bez motivacije je površna i puna grešaka.

INVESTICIJE U „BITNU MANJINU“

Lider aktivno sluša druge i osluškuj se. Budno promatra šta se dešava i uzima u obzir sva dešavanja, bez obzira da li mu se dopadaju ili ne. Lider registruje kad mu lična motivacija opadne i čini nešto sa tim, i odlaze ono što se bez motivacije ne može kvalitetno učiniti. Lider je uglavnom tačan sa vremenskim rokovima, ali mu ni kreativno odlaganje nije strano. Lider poznaje Pareto zakon i zna šta znači „bitna manjina i nebitna većina“. On 80% svog vremena i energije investira u „bitnu manjinu“ u koju spada i on



sam. Zna da sve što je hitno, nije i bitno. A on se bavi samo bitnim. Ostalo delegira, jer je u međuvremenu izgradio ljude kojima može da delegira. Delegirati nekompetentnim ljudima je potpuni promašaj, jer ćete morati ponovo da uradite sami, plus da ispravljate greške nekompetentnih.

Uspešan lider je poklonik celoživotnog učenja, jer zna da ako želi da opstane u promenljivim vremenima količina njegovog učenja (čitaj: istraživanja i usvajanja novih informacija i novih veština) mora biti jednaka ili veća od promena u okolini. Lider ne želi samo da opstane već i da napreduje, pa on uči više od neophodnog minimuma.



*LIDER SE NE POREDI, NE ZAVIDI I NE TAKMIČI SE. ON VRLO DOBRO
ZNA ŠTA SE DEŠAVA NA TRŽIŠTU, ALI SVIRA SVOJ JEDINSTVENI BLUZ.*

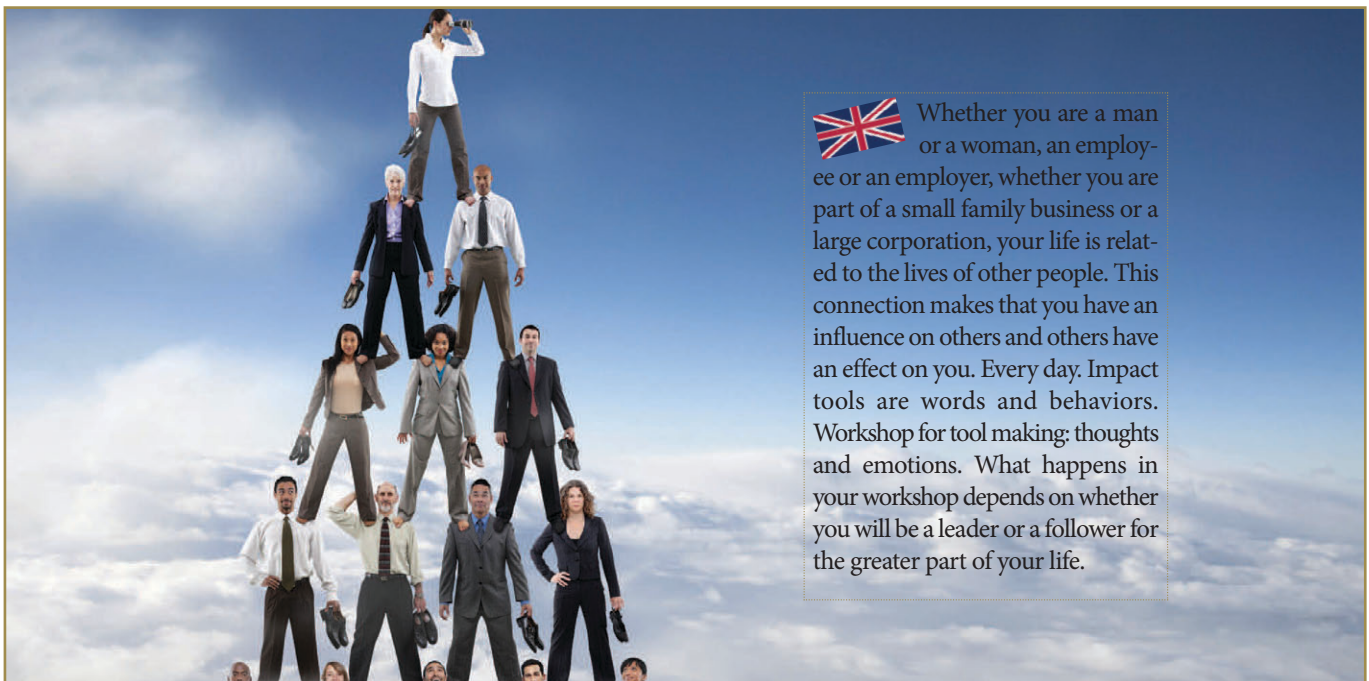
Lider vodi računa o svom zdravlju i svom izgledu. Obezbeđuje sebi san, odmor, relaksaciju. Bira sa kim provodi vreme, čije priče sluša, kojim sadržajima omogućava prolaz u svoj um. Zna dugoročni značaj porodice i prijatelja i nikada mu nisu na poslednjem mestu kad daje svoje vreme.

FLEKSIBILNOST OBEZBEĐUJE TRAJANJE

Lideri koji vrše pozitivan uticaj povećavaju vrednost života ljudi koji ih slede. Sa njima je nekada mnogo teže nego sa liderima koji vrše negativan uticaj. Ali, dugoročno, njihovi sledbenici postaju vredni-

ji i na tržištu i kao ljudi. Razmislite, koji ljudi su na vas do sada imali najveći uticaj? Ko je najviše doprineo vrednostima koje ste stekli: zdravlje, porodica, obrazovanje, prijateljstvo, ljubav, sreća, materijalna bogatstva...? Oni koji su vas ohrabivali da delate i kad je teško ili samo kad je lako? To ne znači da nisu vodili računa o vašim emocijama, već da su znali da ukoliko delujete uprkos nekomfortnim emocijama, rastete. Da su teškoće prolazne, a vrednosti trajne.

Uspešan lider koji dugo traje je fleksibilan. Dosledan je ali nije izričit. Ume da bude strog i ume da bude nežan. Ume da kazni i ume da nagradi. Najčešće je ljubazan, ali ne po svaku cenu. Ne preuzima odgovornost za ono za šta su drugi odgovorni, niti preuzima zasluge drugih. Gleda u druge samo kada od njih može nešto da nauči ili da im pomogne. On se ne poredi, ne zavidi i ne takmiči se. On vrlo dobro zna šta se dešava na tržištu, ali svira svoj jedinstveni bluz.



Whether you are a man or a woman, an employee or an employer, whether you are part of a small family business or a large corporation, your life is related to the lives of other people. This connection makes that you have an influence on others and others have an effect on you. Every day. Impact tools are words and behaviors. Workshop for tool making: thoughts and emotions. What happens in your workshop depends on whether you will be a leader or a follower for the greater part of your life.

PET PREPORUKA ZA HOTELIJERE

Izdvojili smo nekoliko ideja o kojima bi hotelijeri trebalo da razmisle u 2018. godini, kako bi unapredili svoje poslovanje, ostvarili zadovoljstvo gostiju, i naravno – profit.

IZDOJITE SE U META PRETRAGAMA

Svima nam je jasno da je meta pretraga postala početak svakog putovanja kod sve većeg segmenta gostiju. To da li će taj gost prvo konsultovati *Trivago* ili *Travelclick*, stvar je ličnih afiniteta, ali je činjenica da svako prvo poseti neki takav sajt kako bi dobio sliku o lokaciji na koju ide, potpunosti u željenom periodu i ceni koju može da očekuje. Dakle, meta pretraga je prvo mesto na kojem hoteli danas moraju da budu prisutni ako žele da privuku pažnju ovog rastućeg segmenta gostiju.

Međutim, nije dovoljno samo da postoje, već da se zaista ističu jedinstvenim profilom, odnosno, ponudom i konkurentnim cenama. Sajтови za meta pretragu će vaše podatke preuzeti sa *Google*-a, ali vam pružaju i mogućnost da sami kreirate svoj profil, da mu date svoj pečat i da ga učinite drugačijim. Ovu priliku treba iskoristiti – preuzmite kontrolu nad svojim profilima i popunite ih jedinstvenim, relevantnim sadržajem da biste se bolje rangirali u svim pretragama.

VODITE RAČUNA O ONLINE REPUTACIJI

Gosti veruju drugim gostima. Oni su globalna mreža ljudi povezanih činjenicom da su svi imali bar jedno loše iskustvo, gde ih je način na koji je hotel sam sebe predstavio – prevario. Zbog toga će uvek najviše verovati jedni drugima.

Vaša online reputacija, stvorena od mnoštva njihovih mišljenja, određuje da li će gosti odsesti kod vas ili ne. Ona će takođe direktno i indirektno uticati na to koliko zapravo možete naplatiti noćenje. Online reputaciju je zbog toga potrebno održavati veoma pažljivo.

Rešavajte probleme onog trenutka kada nastanu – pre nego što postanu vidljivi *online*. Gost koji je nezadovoljan je najveća pretnja po reputaciju hotela. Pokušajte odmah da ispravite sve, to je daleko jeftinije na duge staze, nego ispravljanje ukaljana reputacije.

Naravno, jasno je da ne možete uvek da sprečite pojavljivanje lošeg komentara, zato je neophodno da pomno pratite komentare i da na svaki odgovorite u što kraćem roku, posebno na one loše. Na taj način bilo koji potencijalni gost koji čita komentare vidi, sa jedne strane, da se jako trudite, a sa druge – čuje i vašu stranu situacije.

EKOLOŠKI ODGOVORNO POSLOVANJE

Turizam i ugostiteljstvo kao industrije imaju značajan uticaj na ekološku krizu sa kojom se suočava naša planeta. Odgovorni turizam nije samo bolji za svet, već je dokazano bolji i za poslovanje svakog pojedinačnog hotela. Promena industrijskih praksi u hotelima, može imati značajan uticaj na globalnu ekologiju.

NEZADOVOLJAN GOST JE

NAJVEĆA PRETNJA

PO REPUTACIJU HOTELA.

ZATO REŠAVAJTE PROBLEME

ONOG TRENUTKA

KADA NASTANU – PRE NEGO ŠTO

POSTANU VIDLJIVI ONLINE.



Hotel Viura, Španija



Underwater Hotel, Dubai, Ujedinjeni Arapski Emirati

Uvođenje ekoloških praksi u rad hotela ima višestruke koristi za poslovanje. Jasno je da se uvođenjem ekoloških standarda smanjuje potrošnja vode, struje i papira, te je profitabilnost automatski veća.

Međutim, ekološka osveščenost hotela je odlična prilika za marketing, kao i za privlačenje cele jedne ciljne grupe putnika, kojima je ovo postala jedna od ključnih odlika koje gledaju pri izboru hotela.

PERSONALIZACIJA JE NEOPHODNA – ALI U IZBORU GOSTIJU

Personalizacija je danas postala mnogo više od prilagođavanja celokupnog boravka pojedinačnom gostu. Postala je i više od trajnog i konstantnog negovanja odnosa sa gostom. Postala je toliko unapređena da je ponekad počela da izaziva kontra-efekat.

Gost umesto da se oseća posebno i čuvano i paženo, oseća se ugroženo, neprijatno i kao da više nema trunčicu privatnosti.



In order to improve their business in 2018, it is necessary for hoteliers to distinguish themselves in meta searches, to take care of the online reputation, to operate environmental responsibly, to offer a personalized service and to focus on guests experience.

Umesto da doživljava novo iskustvo na svakom mestu, jer su ona različita, doživljava identično iskustvo svugde – jer njegov profil kaže da on to voli.

Sušтина personalizacije počinje sa identifikovanjem i privlačenjem gostiju koji će u vašem hotelu već unapred videti ono što žele. Nijedan hotel nije idealan svima, niti svaki hotel treba da želi svakog gosta. Lepota boravka u hotelu je upravo u tome, da se doživi nešto što je posebno za taj pojedinačni hotel, uz dovoljno brige i pažnje prema potrebama određenog gosta. Nećete reklamirati podvodni hotel ljudima koji se plaše mora, a onda im pokrivati pogled zavesama, zar ne?

Umesto da svaku sitnicu prilagođavaju svakom gostu – hoteli treba da kreiraju svoje ponude tako da gađaju ciljnu grupu kojoj će suština tog hotela savršeno odgovarati. Personalizacija je u potrazi, a ne u proizvodnju.

UPROSTITE OPERACIJE I FOKUSIRAJTE SE NA ISKUSTVO GOSTIJU

Današnji gosti ne traže smeštaj, oni traže doživljaj, nezaboravno, jedinstveno, neponovljivo iskustvo koje će moći da prepričaju kada odu kući. To iskustvo ne mora biti nešto nikada viđeno – može biti i savršeni doručak u krevetu, ali zaista mora biti savršen i po nečemu poseban.

*HOTELI TREBA DA KREIRAJU
SVOJE PONUDE TAKO DA GAĐAJU CILJNU
GRUPU KOJOJ ĆE SUŠTINA TOG HOTELA
SAVRŠENO ODGOVARATI.
NEĆETE REKLAMIRATI PODVODNI HOTEL
LJUDIMA KOJI SE PLAŠE MORA,
A ONDA IM POKRIVATI POGLED
ZAVESAMA, ZAR NE?*

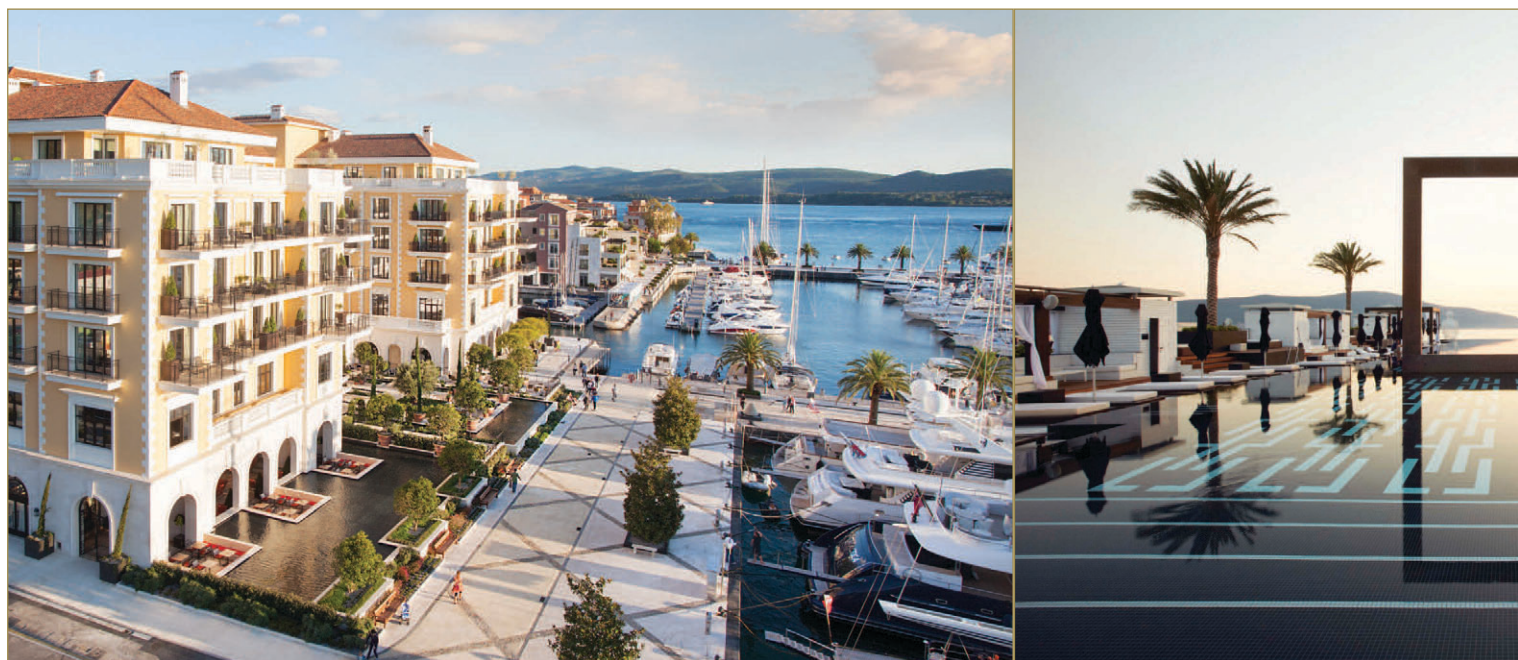


Iskustvo gosta

Rad na usavršavanju ovakvih iskustava za goste, daleko je lakši kada operativni zadaci zahtevaju manje vremena, energije i resursa. Dakle – pojednostavite svakodnevne aktivnosti kako biste povećali vreme koje možete provesti stvarajući nezaboravna iskustva za goste.

Jelena Đaković,
*osnivač i konsultant za razvoj poslovanja
Libra Consulting*

Regent Porto



Izazov

Regent Porto Montenegro se nalazi u Bokotorskom zalivu, u okviru luksuznog kompleksa Porto Montenegro Village u Tivtu. Ovaj spektakularni kompleks uz more čine dve zgrade i predstavlja kombinaciju hotelskih soba i privatnih rezidencija. Izgrađen je u renesansnom venecijanskom stilu i poseduje 87 luksuzno opremljenih soba. Saradnja između Špice i Regent hotela, počela je 2014. godine i tada je u staroj zgradi implementiran sistem za evidenciju radnog vremena Time&Space integrisan sa sistemom za video nadzor danske kompanije „Milestone“. Kako se kompleks Porto Montenegro planirano širio, potreba za kompleksnijim hotelskim sistemima bila je sve veća. Budući da su u staroj zgradi koristili Assa Abloy (VingCard) sistem elektronskih hotelskih brava, podrazumevalo se da se isti nađe i u novoj zgradi Regent hotela. Kao lokalni zvanični predstavnik Assa Abloy opreme Špica je u saradnji sa partnerskom kompanijom Vitreum realizovala kompletan projekat.

Rešenje

Instalirali smo VingCard Visionline sistem sa specijalno dizajniranim Essence bravama. **Ovo je prvi hotel u kom su postavljene On-line Essence VingCard brave**, čije su komponente, za razliku od Signature i Classic brava nevidljive i nalaze se unutar plota vrata. Takođe, koršćenjem ZigBee Wi-Fi mreže omogućena je On-Line komunikacija između brava i servera, što u mnogome olakšava svakodnevno funkcionisanje hotela, omogućavajući objektu da svojim gostima obezbedi najviši stepen sigurnosti. Istorija pristupa sobama se direktno šalje na server, pa osoblje ne mora da ide do svakih vrata ponaosob kako bi očitali memoriju. Prepoznatljivi znak kvaliteta i sigurnosti Assa Abloy može da se vidi i u liftovima, u kojima se nalaze VingCard kontroleri, dok su sobe obogaćene Infinity sefovima - Elsafe kolekcije Assa Abloy-a. Integracija sa postojećim ERP sistemom zbog kompleksnosti svih sistema i letnje sezone još uvek nije završena, ali iz Regenta kažu da se nadaju da će i ova integracija biti uspešno realizovana, kao što je protekla i sama instalacija sistema, bez većih i značajnih poteškoća. Obuka zaposlenih je sprovedena na visokom nivou segmentirano po potrebama korisnika.

Montenegro



Rezultati

Prva On-line Essence instalacija u regiji realizovana je u hotelu Regent Porto Montenegro. On-line sistem korišćenjem ZigBee wi-fi mreže na jednostavan način omogućava komunikaciju brava sa serverom i iz Regenta kažu da je upravo to najveća prednost on-line sistema. S obzirom da se VingCard Off-line sistem uveliko koristi u staroj zgradi, dolazak novog, On-line sistema doneo je manje poteškoće u privikavanju operatera, s obzirom da je stari Off-line sistem mnogo prostiji za korišćenje. Uprkos ovoj činjenici, planirana je integracija starog u novi sistem. „Predstavnici Špice su tokom čitavog procesa implementacije bili dostupni i kooperativni i ovo je bez sumnje jedna IZUZETNA SARADNJA“ – Veljko Lazović, IT manager.

Regent
PORTO MONTENEGRO

„I ranije smo imali saradnju sa Špicom, s obzirom da smo korisnici Time&Space rešenja za evidenciju radnog vremena. I na budućim projektima će bez sumnje, biti saradnje!“

Veljko Lazović, IT manager

PREDNOSTI:

On-line sistem korišćenjem ZigBee wi-fi mreže na jednostavan način omogućava komunikaciju brava sa serverom i iz Regenta kažu da je upravo to **najveća prednost on-line sistema.**



www.spica.rs
info.rs@spica.com
011 222 50 70

Špica Centar d.o.o.
Bulevar Mihajla Pupina 165 v, Beograd

INOVACIJE U HOTELIJERSTVU I TURIZMU

Međunarodna naučno-stručna konferencija „Hotelska kuća 2017“, jedanaesta po redu, održana je 17. i 18. novembra u hotelu „Mona“ na Zlatiboru, u organizaciji Udruženja hotelsko-ugostiteljske privrede Srbije – HORES, zajedno sa Ekonomskim fakultetom Univerziteta u Beogradu, Fakultetom za hotelijerski i turistički menadžment Univerziteta Singidunum, Visokom turističkom školom i Visokom hotelijerskom školom iz Beograda. Glavna tema ovog skupa bile su inovacije u hotelijerstvu i turizmu.



Na svečanom otvaranju konferencije, direktor HORES-a **prof. dr Georgi Genov** istakao je potrebu da ugostitelji prepoznaju i prihvate inovacije, a sve u cilju održivog razvoja.

Da je neophodno neprestano pratiti inovacije kada je turizam u pitanju, potvrdila je i direktorka Turističke organizacije Srbije **Marija Labović**, dodajući da je TOS u 2017. godini trostruko povećao promociju kroz digitalne kanale komunikacije. Labović je navela i da je ova godina rekordna za srpski turizam.

Tomislav Momirović, predsednik Skupštine HORES je primetio da, iako domaća privreda stagnira, turizam i hotelijerstvo ostvaruju konstantan rast i razvoj, zaključivši da je „privilegija biti deo ove industrije“.

Kao potvrda ove teze, zamenik predsednika opštine Čajetina **Arsen Đurić** je otkrio da su u poslednjih pet godina samo na Zlatiboru otvorena 4 nova hotela sa četiri zvezdice, te da je u toku izgradnja još pet novih hotela koji će nositi 4 ili 5 zvezdica, a od kojih je, kako je rekao, najznačajniji hotel „Tornik“.

APLIKACIJA ZA EVIDENCIJU GOSTIJU

Pomoćnik ministra za turizam **Renata Pindžo** navela je u svom obraćanju da resorno ministarstvo i Nacionalni savet za razvoj turizma planiraju da reformišu sistem fizičkih lica – pružalaca smeštaja, kako bi ih uveli u poreski sistem i time ukinuli neoljalnu konkurenciju hotelijerima. Ona je najavila i uvođenje novih tehnologija u vidu aplikacije za elektronsko prijavljivanje i odjavljivanje domaćih i stranih gostiju.

Da se ovakva aplikacija, pod nazivom *eVi-sitor*, uveliko primenjuje u susednoj Hrvatskoj, otkrio je **prof. dr Slobodan Ivanović** sa Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije. Aplikacija, kako je naveo, pruža egzaktno podatke o broju turista i dužini njihovog boravka. Tako se zna da je u Hrvatskoj do sada u 2017. godini ostvareno oko stotinu miliona noćenja i da je ova zemlja prihodovala 10 milijardi evra od turizma.

U uvodnom delu programa prezentovana su i naučna istraživanja: „Razvoj koncepta upravljanja prihodima u hotelima“ (**B.**

Hristov Stančić, B. Zečević, A. Đorđević), „Aspirativni segment kao važna mogućnost za inovaciju srpskih turističkih proizvoda“ (**Jovan Popesku, Milivoj Teodorović**), „Uticaj virtuelne stvarnosti na oblikovanje korisničkog iskustva u hotelijerstvu“ (**Ljiljana Kosar, Saša Mašić, Đorđe Čomić**), „Uspostavljanje sistema bezbednosti informacione imovine (ISMS) – neophodnost u poslovanju savremenog hotelijerstva“ (**Dragan Barjaktarović, Renata Pindžo, Lidija Barjaktarović**) i „Uticaj informacione i komunikacione tehnologije (ICT) na potrošače u turizmu“ (**Dario Šimičević, Snežana Štetić, Nikolina Kosar**), a potom je usledio prvi panel na temu: „Investicije u hotelijerstvu i turizmu“.

INVESTIRANJE U HOTELSKU INDUSTRIJU

Moderator panela bio je **prof. dr Bojan Zečević** sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu, a ovu temu otvorio je **Tomislav Momirović**, predsednik kompanije „Mona Hotel Management“, istakavši da je Srbija u poslednjih 10 godina od jedne izolovane zemlje postala izuzetno otvorena i jedina u



The International Scientific-Professional Conference "Hotelska kuća 2017", the 11th in a row, was held on November 17th and 18th at the Hotel "Mona" on Zlatibor, and organized by the Business Association of Hotel and Restaurant Industry Serbia – HORES, together with the Faculty of Economics – University of Belgrade, the Faculty of Tourism and Hotel Management – Singidunum University, the College of Tourism in Belgrade and the College of Hotel Management in Belgrade. The main topic of this conference was "Innovations in hotel industry and tourism".

Evropi u koju bez viza mogu da uđu turisti iz EU, SAD, Kanade, Kine, Rusije, Irana, Indije...

- Srbija se otvorila za turiste i pritom je bezbedna, ne pretil joj opasnost od terorističkih napada. Ovde su cene povoljne, a ljudi topli. To sve privlači turiste, koji su u sve većem broju počeli da dolaze i investitori su to prepoznali – naveo je Momirović, i dodao da, kada je investiranje u pitanju, najveći problem trenutno predstavljaju nerešeni odnosi između države i PIO fonda u banjskim centrima.

Na pitanje da li Beogradu treba još hotela, **Goran Kovačević**, direktor hotela „Square Nine“, naveo je da u našem glavnom gradu može da zaživi strategija koju sprovodi Dubai: „Gradi, i turisti će doći“, te da će konkurencija u hotelijerstvu svima doneti samo dobro, dok je direktor hotela „Falkensteiner Belgrade“ **Aleksandar Vasiljević** izneo mišljenje da će u narednih 10 godina na hotelskoj sceni u Srbiji i regionu doći do pojave novih hotelskih lanaca.

Na ovom panelu se govorilo i o tome kako privući kineske investitore, na koji način hotel utiče na destinaciju u kojoj se nalazi, kao i o odnosu hotelijera i online turističkih agencija.

DUALNO OBRAZOVANJE SMANJUJE NEZAPOSLENOST

Drugi panel bio je posvećen dualnom obrazovanju, koje je, po rečima **Radovana Živkovića** iz Ministarstva prosvete, izuzetno važno za ugostiteljski sektor. Ovo je u svom izlaganju potvrdila i **Jovana Pejić** iz „Swiss Education Group“, istakavši da dualno obrazovanje ima pozitivan uticaj na ekonomiju i razvoj države i smanjenje stope nezaposlenosti. Navela je primer Švajcarske, u kojoj stopa nezaposlenosti iznosi svega 3%, i to prvenstveno zahvaljujući dualnom obrazovanju, tako što se nezaposleni prekvalifikuju za profesije za koje postoji tražnja na tržištu.

Kako u Nemačkoj funkcioniše sistem dualnog obrazovanja, otkrila je **prof. dr Kerstin Wegener** sa Univerziteta primenjenih nauka u Frankfurtu, dok je moderator panela, **prof. dr Jovan Popesku** sa Univerziteta Singidunum, podsetio da je nedavno u Srbiji usvojen Zakon o dualnom obrazovanju. Da će biti potrebne godine da kod nas zaživi proces dualnog obrazovanja mišljenja je **Ivan Vitorović** – generalni direktor „Mona Hotel Management“, koji je istakao da je nedostatak kvalitetnih i obučanih kadrova veliki problem, jer je sve više ugostiteljskih kapaciteta u zemlji, a mladi i obrazovani ljudi masovno odlaze u inostranstvo u potrazi za boljim uslovima.

- Kako napreduje tehnološka evolucija, potražnja za stručnim kadrovima biće sve veća. Rešenje vidim u zajedničkom radu privrede, prosvete i resornih ministarstava – naveo je Vitorović.

U tome će značajnu ulogu imati i Privredna komora Srbije, čiji je zadatak, po rečima **Ane Stojanović** iz PKS, da uskladi sistem sa potrebama na tržištu, baš kao i strukovnog udruženja HORES, čija Akademija, kako je otkrio **prof. dr Georgi Genov**, uveliko vrši obuku kadrova za deficitarna zanimanja, kao što su konobar, barmen, kuvar, hotelske domaćice, recepcioner, itd.

IZAZOVI U BUDUĆNOSTI

Na panelu koji je nosio naziv „Izazovi teorije i prakse u prodaji i marketingu u hotelijerstvu posle 2020“ govorilo se o navikama kineskih



turista, novim trendovima i uslugama u hotelijerstvu, rezervacionim sistemima, ali i izazovima koje donosi digitalizacija.

Kako je naveo **prof. dr Bojan Zečević** sa Ekonomskog fakulteta, tri ključne stvari menjaju hotelijerstvo: nove generacije – Y i Z (koje zahtevaju personalizovanu uslugu i moderne tehnologije), tehnološke promene („uloga konsijerža će se promeniti – sada će to postati aplikacije“) i pojava novih igrača u kanalima prodaje („Google“, „Amazon“, „Alibaba“).

Na konferenciji „Hotelska kuća 2017“, na panelu čiji je moderator bila **Vesna Vlatković**, PR & marketing menadžer grupacije „A Hoteli“, predstavljena su i 23 naučna rada, a objavljen je i tematski zbornik naučnih i stručnih radova od međunarodnog značaja.

Tekst: Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Rozana Saždić

BUDUĆNOST u znaku medicinskog turizma



Dr Miroslav Knežević, državni sekretar za turizam u Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija, i dr Meho Mahmutović, državni sekretar u Ministarstvu zdravlja - na zajedničkom projektu

Imajući u vidu prognoze Svetske zdravstvene organizacije da će do 2030. godine zaštita zdravlja i briga o zdravlju postati najjača svetska industrija i jedan od najvećih pokretača turističkih kretanja, te da će za manje od 15 godina zdravlje i turizam zajedno činiti čak 22% svetskog BDP-a – u Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija i Ministarstvu zdravlja Republike Srbije doneta je 2016. godine jedna od najvažnijih odluka za Srbiju: da udruženim snagama započnu implementaciju projekta medicinskog turizma, koji Srbiju treba da pozicionira kao ozbiljnog „igrača“ na globalnom turističkom tržištu. Prema rečima **dr Meho Mahmutovića**, državnog sekretara u Ministarstvu zdravlja, pokazalo se da Srbija za to ima brojne komparativne prednosti, naročito u oblasti stomatologije i estetske hirurgije, a **dr Miroslav Knežević**, državni sekretar za turizam u resornom ministarstvu, ističe da ohrabruje podatak da je u odnosu na 2016, učešće medicinskog turizma u Srbiji značajno povećano, što je dobar pokazatelj sinergije dva ministarstva na važnom projektu za budućnost Srbije.

Da je medicinski turizam jedna od globalno najbrže rastućih grana turizma, svedoče ne samo prognoze Svetske zdravstvene organizacije, već i konkretni rezultati koje beleže mnoge zemlje u kojima je ova grana turizma prepoznata kao izrazito profitabilna, sa mnoštvom benefita za sve učesnike u lancu usluge. Dobra vest je da se konačno, posle mnogo godina, i Srbija pokrenula. Dva ministarstva: Ministarstvo zdravlja i Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, udružio je jedan važan projekat koji na najefikasniji način spaja medicinu i turizam, i implementacija tog projekta postavljena je u rang prioriteta njihovog sinergijskog delovanja i u 2018. godini posvećenog medicinskom turizmu. Rezultati iz 2017. više su nego ohrabrujući, u stvari, veoma su motivišući, pa je to bio veoma jak razloga da od dva državna sekretara, zadužena za ovaj projekat – **dr Miroslava Kneževića**, državnog sekretara u našem Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija, i **dr Mehe Mahmutovića**, državnog sekretara u Ministarstvu zdravlja, saznamo više detalja o tome iz prve ruke.

OGROMNE KOMPARATIVNE PREDNOSTI

- Svest o tome da Srbija ima ogroman potencijal za razvoj medicinskog turizma, naročito u dve oblasti – stomatologiji, odnosno implantologiji, i estetskoj hirurgiji, podstakla je Ministarstvo zdravlja, na inicijativu ministra zdravlja, da, u saradnji sa Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija uradi projekat za uniformisanje, odnosno standardizaciju ponude medicinskih



usluga, koje bi, upakovane u jedan dobar turistički paket, bile naša ulaznica na svetsko tržište. Tako bi država bila neka vrsta garanta za kvalitet i bezbednost pruženih usluga gostima koji dolaze u Srbiju da reše neki svoj zdravstveni problem. Ističem da Srbija u toj oblasti ima značajne komparativne prednosti u odnosu na druge zemlje, jer ima vrhunske stručnjake, a i po kvalitetu i po ceni medicinskih usluga - vrlo smo konkurentni. U zavisnosti od vrste, medicinske usluge su kod nas čak tri do pet puta jeftinije a pritom su istog kvaliteta ili čak kvalitetnije, što je više nego dobar razlog za lečenje u Srbiji – kazuje dr Mahmutović, dodajući da je dodatna prednost opremljenost ordinacija i klinika najmodnijom opremom svetskih standarda. Da bi se čitava priča pokrenula, trebalo je napraviti portfolio ordinacija i klinika koje zadovoljavaju propisane standarde. Tako je još krajem 2016. raspisan konkurs na nivou čitave Srbije za prijavljivanje stomatoloških

ordinacija, kao i poliklinika i klinika iz oblasti estetske hirurgije, za dobijanje sertifikata za bavljenje medicinskim turizmom. Konkurs je i dalje otvoren, a biće dok god ima potrebe. Stomatološke ordinacije pokazale su veliko interesovanje za uključivanje u ovaj projekat i veći broj njih je do sada sertifikovan. Inače, o ispunjavanju uslova za dodelu sertifikata odlučuju stručne komisije, koje je formiralo Ministarstvo zdravlja od predstavnika zdravstvene inspekcije, lekarskih i stomatoloških komora, kao i Udruženja estetskih i rekonstruktivnih hirurga, koje na osnovu sagledavanja svih elemenata važnih za standardizaciju, daju predlog za sertifikovanje. Ocenjuje se, između ostalog: pristupačnost, mogućnost plaćanja platnim karticama, kvalitet osoblja, kojim se stranim jezicima služe itd. Oni koji u startu ne ispune uslove, dobijaju određeni rok za ispravku. Inače, radi se o vrlo ozbiljnom i cenjenom sertifikatu, koji naše ordinacije, zahvaljući Ministarstvu zdravlja dobijaju besplatno! Prva podela sertifikata je već obavljena, a priča o medicinskom turizmu pod budnim okom dva ministarstva dobila je vetar u leđa i kada je u pitanju promocija.

- Zajednički smo krenuli i da promovišemo ovaj projekat na međunarodnim sajmovima, u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije. Bili smo u Berlinu, a potom u Moskvi. Ohrabrila nas je činjenica da ni drugi nisu preterano odmakli u ovom poslu i da ne zaostajemo mnogo. Dok su se neke privatne klinike same predstavljale, mi i još nekoliko zemalja izašli smo organizovano, sa državom kao garantom i uz sertifikat koji je izdalo Mi-



Having in mind the World Health Organization's forecast that by 2030, health care will become the world's strongest industry and one of main drivers of tourism trends, and that in less than 15 years, health and tourism together will account for as much as 22% of world GDP, the Ministry of Trade, Tourism and Telecommunications and the Ministry of Health of the Republic of Serbia in 2016 adopted one of the most important decisions for Serbia: to join the forces with the implementation of the project of medical tourism, which should position Serbia as a serious "player" in the global tourism market. According to Dr. Meho Mahmutović, State Secretary at the Ministry of Health, Serbia has shown a number of comparative advantages, especially in the field of dentistry and aesthetic surgery, and Dr. Miroslav Knezević, State Secretary for tourism in the Ministry, says that he encourages the fact that compared to 2016, the participation of medical tourism in tourism in Serbia has increased as much as 65%, which is the best indicator of the synergy of the two ministries on an important project for the future of Serbia and, in particular, benefits for the state.

nistarstvo zdravlja. Za pacijente koji treba da donesu tako važnu odluku gde će da se leče - to ima svoju težinu – naglašava državni sekretar Mahmutović.

BEZBEDNOST NEMA ALTERNATIVU

Kada je reč o medicinskom turizmu bar za sada „pacijenti“ su najčešće zdravi ljudi koji dolaze zbog nekih estetskih korekcija i takvi gosti su izuzetno kvalitetni i platežno moćni. Oni borave pretežno u gradovima, ali, dok koriste zdravstvene usluge, obilaze i te gradove i njihovu okolinu, pritom borave u dobrim hotelima, idu u šoping... To ukazuje da bi udruživanje sa turističkim agencijama i hotelima, te izlazak na tržište sa kompletnom ponudom (i medicinskom i turističkom), bilo idealno za sve učesnike u tom lancu, a naročito za korisnike usluga. Da bi sve bilo što sigurnije i za njih bezbednije, dogovoreno je sa nacionalnim Udruženjem turističkih agencija (YUTA) da se raspiše i konkurs za sertifikaciju agencija koje će moći da sarađuju sa sertifikovanim ordinacijama, sve u cilju da se izbegnu razni satelitski agenti ili posrednici. Obavljeni su i razgovori sa osiguravajućim kućama, koje su vrlo bitna karika u lancu medicinskih usluga. Ono što je evidentno je da se radi o vrlo kompleksnom poslu, kao i da članice Evropske Unije u toj oblasti imaju značajnu prednost.

– Treba istaći da Ministarstvo zdravlja nema nikakvih komercijalnih zahteva prema ordinacijama i zdravstvenim ustanovama. Što se njih tiče, sve je praktično besplatno, uključujući i promociju. U izradi je sajt Ministarstva zdravlja na kojem će svi moći da budu praktično dostupni – otkriva dr Mahmutović, ističući da ohrabruje veliko interesovanje za Srbiju kao medicinsku, ali i banjsku turističku destinaciju. Međutim, kako je pružanje zdravstvenih usluga vrlo komplikovano i ozbiljno, jer je u pitanju zdravlje ljudi i moguće posledice, on preporučuje da se toj oblasti pristupa vrlo pažljivo i dodaje:

– U planu je i sertifikovanje RH centara i specijalnih bolnica, naročito onih koje, iako u državnom vlasništvu, zahvaljujući sposobnom menadžmentu, odlično rade, poput Merkura u Vrnjačkoj Banji i Specijalne bolnice Banja Koviljača koje su popunjene tokom čitave godine.

BIZNIS GLOBALNIH RAZMERA

Svuda u svetu na zdravlje se troši ogroman novac, što u preventivu, estetiku ili lečenje, i činjenica je da je to postao biznis svetskih razmera. Sve je više ljudi koji putuju van zemlje iz medicinskih razloga. U Nemačkoj, na primer, troši se oko 125 milijardi evra godišnje na medi-

cinski turizam, odnosno toliko njihovi građani potroše putujući iz zemlje s ciljem da reše neki zdravstveni problem. Zato je pravo pitanje: ko je naša konkurencija, na šta dr Mahmutović diplomatski odgovara da se na konkurenciju ne gleda, ali da pouzdano zna da su naše medicinske usluge tri do pet puta jeftinije nego u, na primer, Švajcarskoj, a pritom su bar istog kvaliteta, ako ne i kvalitetnije.

– Ono što je vrlo važno jeste da gosti koji dolaze na neku vrstu intervencija, prvo nekoliko dana borave u osnovnim ili komplementarnim smeštajnim kapacitetima, a za to vreme prati ih neko od članova porodice sa kojima žele da što sadržajnije provedu slobodno vreme na destinaciji na kojoj se nalaze i, pritom, kao turisti troše dosta novca – ističe dr Knežević, dodajući da je sinergija dva ministarstva na projektu medicinskog turizma, kao i odlična komunikacija sa Turističkom organizacijom Srbije, pravi primer konstruktivne saradnje koja je dobitna kombinacija za sve. Pritom je stvaranje sistemskih uslova - preduslov da se taj paket medicinsko-turističkih usluga valorizuje na pravi način na tržištu. Činjenica da su oba državna sekretara i dr Meho Mahmutović i dr Miroslav Knežević članovi Nacionalnog saveta za turizam, jasan je signal da se na tome ozbiljno radi i da je medicinski turizam prepoznat kao važan potencijal za budućnost Srbije.

NAŠI LEKARI U INOSTRANSTVU – NAŠA NAJBOLJA PREPORUKA

– Kada pričamo o turizmu ne smemo da zaboravimo ono po čemu je veoma specifičan, a to je upravo njegova heterogenost, u smislu same strukture ukupne ponude ali i svih onih koji učestvuju u procesu pružanja usluga: od saobraćaja, turističke agencije, ugostiteljstva... Imamo mnoštvo delatnosti koje su vrlo važne i bez kojih ne bi bilo moguće realizovati turističko putovanje – napominje državni sekretar Knežević. – Vezano za medicinski turizam, dobro je što se naši lekari vrlo visoko kotiraju u inostranstvu, što su tamo veoma cenjeni i što je, zahvaljujući njihovoj stručnosti, usavršavanjima i postignutim rezultatima, i Srbija kao zemlja na dobrom glasu, što značajno olakšava promociju medicinskog turizma u inostranstvu.

– Zaista je mnogo važno da je asocijacija na pomen Srbije: kvalitetno, čisto, bezbedno... Pritom, valja napomenuti da za onog koji dolazi da se leči nije važna samo fizička bezbednost, već svi aspekti bezbednosti: ekološka, socijalna, zdravstvena, kao i da li je pravno bezbedan, kome da se žali ako nešto nije u redu... Imamo toliko toga o čemu treba ozbiljno voditi računa, jer pitanje zdravlja je u svakom smislu osetljivo, pa i u kombinaciji sa turizmom, ili možda još više...

– naglašava dr Meho Mahmutović, koji kao lekar vidi i ono što je za mnoge nevidljivo, pa otuda i potreba da se uvek iznova podvuče da je bezbednost kamen o koji se ne mora ali se može spotaći.

Ljiljana Rebronja



TURIZAM, HOTELIJERSTVO I EKONOMIJA HRANE

FAKULTET ZA TURISTIČKI I HOTELIJERSKI MENADŽMENT



OSNOVNE AKADEMSKE STUDIJE

Obavezna stručna praksa u najpoznatijim hotelima, turističkim agencijama i restoranima, predstavlja najznačajniju prednost ovog fakulteta. Studenti koji upišu ovaj fakultet biće u prilici da učestvuju u studijskim putovanjima, kao i najznačajnijim manifestacijama iz ove oblasti. Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment potpisnik je preko 400 sporazuma o saradnji sa domaćim i inostranim turističkim agencijama i organizacijama, hotelima i restoranima.

MASTER STUDIJE

Na studijskom programu Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu studenti imaju priliku da uče od najboljih profesora i stručnjaka iz oblasti turizma i hotelijerstva i steknu savremena znanja za uspešnu karijeru u hotelima, turističkim agencijama, turističkim organizacijama, sektorima hrane i pića i dr. Ovaj program se sprovodi na srpskom i engleskom jeziku.

DOKTORSKE STUDIJE

Studijski program doktorskih studija MENADŽMENT U TURIZMU treba da omogući sticanje naučnih sposobnosti i akademskih veština, razvoj kreativnih sposobnosti i ovladavanje osobenim praktičnim veštinama potrebnim za uspešan razvoj karijere u oblasti upravljanja složenim sistemima u okviru turističke privrede, državnih i drugih organizacija i struktura, kao i naučno-istraživačkim institucijama, fakultetima i visokim školama.

Ispisujemo novu stranicu istorije



U 2018. godinu, kada Banja Koviljača obeležava 160 godina organizovanog lečenja, Specijalna bolnica Banja Koviljača ušla je sa rekordnim poslovnim rezultatima i rekordnim brojem zaposlenih. Rekonstruisan je deo starog blatnog kupatila, prva je dobila sertifikat u kategoriji bolnica za rehabilitaciju i akreditaciju na maksimalnih 7 godina, osvojeno je po drugi put uzastopce priznanje Brend lider... Iza tih rezultata stoji ponosno tim od 350 zaposlenih i jedan čovek – **dr Aleksandar Jokić**, VD direktora Specijalne bolnice Banja Koviljača, uz važnu podršku institucija. Najveći izazov u 2018. godini, prema njegovim rečima, biće nastavak renoviranja blatnog kupatila, gde će biti smešten najmoderniji wellness centar na ovim prostorima na oko 4.000 kvm. Planira se i kompletna rekonstrukcija Kur salona, koji će vratiti kulturni život u Banju i biti motor razvoja kongresnog turizma, dok će se renoviranjem vila Bosna i Koviljača, povećati smeštajni kapaciteti i ponuditi novi sadržaji za dijagnostiku i terapiju. Zato je za dr Jokića sasvim realno da već u bliskoj budućnosti Specijalna bolnica bude temelj jednog modernog prirodnog lečilišta koje će privlačiti više turista iz zemlje i sveta - „Karlovih Vari u malom“.

• *Za vas lično i Specijalnu bolnicu Banja Koviljača čitava 2017. bila je godina velikog uspeha kada su u pitanju i projekti, i investicije, ali i poslovni rezultati i priznanja. Šta je po vama obeležilo 2017. godinu i kakoprocenjujete ovogodišnje rezultate? Čime ste najzadovoljniji?*

- Početkom ove godine divili smo se rezultatima ostvarenim u 2016, koja je bila rekordna u novijoj istoriji poslovanja u Koviljači. A kako je 2017. odmicala, shvatili smo da obaramo nove rekorde ili, slikovito rečeno, svi zajedno učestvujemo u pisanju jedne nove stranice istorije Specijalne bolnice u Banji Koviljači. Rekordno poslovanje je pratio i rekordan broj zaposlenih radnika. Posle niza godina zaposlili smo 24 radnika na neodređeno vreme putem javnog konkursa, uz 4 koja smo zaposlili 2015, i to je činjenica zaista vredna pomena. Jednako kao i završetak rekonstruisanog dela starog blatnog kupatila, koje je otvorio ministar zdravlja dr Zlatibor Lončar, i, naravno, javna pohvala koju je predsednik Aleksandar Vučić uputio, kako za poslovanje Bolnice, tako i za mene kao direktora. Tom prilikom su najavljena i značajna ulaganja države u obnovu čuvenih banjanskih vila. Ipak, možda je naš najveći uspeh to što se broj mališana upisanih za dodelu novogodišnjih paketića deci naših radnika povećao za 25 ili oko 20%!

KRUNA USPEHA

• *Početkom godine završen je proces akreditacije i Banja Koviljača je prva dobila sertifikat u kategoriji bolnica za rehabilitaciju. Koliko je trajao taj proces, šta sertifikat za vas znači i koliko je to bitno za saradnju sa pacijentima sa inostranih tržišta?*

- Mi smo 2012. godine bili izabrani za pilot projekat akre -

ditacije ustanova iz domena rehabilitacije. Taj proces smo veoma brzo i, rekao bih, briljantno odradili, ali smo potom obavesteni da standardi za oblast fizikalne medicine i rehabilitacije još nisu usvojeni, te smo morali da čekamo pogodan trenutak za nastavak procesa. Aprila 2017. završili smo sve formalnosti, a kruna uspeha je dobijanje akreditacije na maksimalnih sedam godina! Ovaj sertifikat, uz ISO i HCCP našim pacijentima dovoljno govori u kakvu ustanovu dolaze. Bolnica prelazi na novu verziju standarda ISO 9001:2015 i implementaciju sistema bezbednosti i zdravlja na radu prema OHSAS 18001.

Naša bolnica ima ugovore sa RFZO i PIO fondom, mnogobrojnim radnim i sindikalnim organizacijama, ali treba istaći da već treću godinu imamo potpisane protokole o saradnji sa ministarstvima turizma Republike Srpske i Kantona Tuzla, što je značajno doprinelo porastu broja pacijenata sa ovih, nama značajnih, prostora i dovoljno govori o njihovom zadovoljstvu pruženim uslugama.

• *U prvoj fazi sopstvenim sredstvima renoviran je deo blatnog kupatila, otvoreno 13 novih kabina za primenu blata, 13 kada za kupanje u termomineralnoj vodi... Ta investicija otvorila je prostor za nove poslovne izazove. Šta se postiglo ovom investicijom, a šta je ono što sledi kao njen nastavak u 2018, kada se obeležava 160 godina organizovanog lečenja u Banji?*

- Ovom značajnom investicijom stvorili smo uslove da u letnjem periodu primimo dnevno novih 150 pacijenata na balneoterapije. Da biste razumeli koliko je to važno,

moram da kažem da u letnjem periodu imamo i do 1.000 pacijenata dnevno na terapijama, a da nam sumporno kupatilo Kralja Petra I iz 1908. godine radi od 7-21 čas. U 2018. godini, uz pomoć države nastavljamo renoviranje celog starog blatnog kupatila, zgrade iz 1929. godine. Tu će biti smešten najmoderniji wellness centar na ovim prostorima, sa 25 soba i apartmana, još dva bazena, sa saunama, restoranom... Zajedno sa postojećim delom wellness-a ceo kompleks imaće oko 4.000 kvm.

Planira se i kompletna rekonstrukcija Kur salona (sagrađenog 1932) koji će vratiti kulturni život u Banju Koviljaču i biti motor razvoja kongresnog turizma.

Renoviranjem vila Bosna i Koviljača, povećaćemo smeštajne kapacitete i ponuditi nove sadržaje za dijagnostiku i terapiju, što će nas dalje učvrstiti na vrhu lestvice banjanskih turističkih centara.

TESNA SARADNJA S INSTITUCIJAMA

• *Ovom ustanovom upravljate dve i po godine i za to vreme Specijalna bolnica je, kažu, gotovo procvetala. Koji su vaši strateški planovi za budućnost ove ustanove?*

- Nastavak politike tesne saradnje sa svim institucijama: mesnom zajednicom, gradskom upravom, resornim ministarstvom kao osnivačem i Vladom Republike Srbije. Danas su svi oni upoznati sa našim rezultatima ali i novim mogućnostima razvoja ne samo bolnice i mesta, već i čitavog

1858-2018

SPECIJALNA BOLNICA ZA REHABILITACIJU

BANJA KOVILJAČA

LEČIŠTE SA TRADICIJOM

LEČIŠTE KOJEM SE VERUJE!



INTERVJU: DR ALEKSANDAR JOKIĆ, VD DIREKTORA SPECIJALNE BOLNICE BANJA KOVILJAČA



kraja. Bez njihove podrške bilo bi teško ostvariti ove rezultate. Takođe, nastavićemo i započetu saradnju sa ministarstvima turizma Republike Srpske i Kantona Tuzla, na obostrano zadovoljstvo!

• *Osim što razvijate svoju ustanovu, istovremeno radite i na revitalizaciji same Banje i njenih najvažnijih zdanja, svesni da će ulaganje u Banju doprineti njenom oživljavanju i vraćanju na turističko tržište. Šta je sve u planu i realno izvodljivo?*

- U planu je, a i realno je - mada deluje ne stvarno, da se sve zgrade u banjском parku koje su građene pred Drugi svetski rat kompletno rekonstruišu ili da njihova obnova barem započne tokom 2018-te godine, godine našeg velikog jubileja. Čini mi se da sada ima mnogo više razumevanja za razvoj malih ali lepih sredina, da se danas sve radi i brže i bolje. Ako samo pogledate kakvim se danas putevima dolazi sa svih strana do Banje Koviljače, razumećete o čemu govorim. Gradska uprava će se pobrinuti da banjски park uskoro bude mnogo lepši, možda i naj-

lepši u Srbiji, sa obnovljenim česmama, ulaznim kapijama, novim sadržajima.

"KARLOVE VARI U MALOM"

• *Kakav je vaš stav u vezi privatizacije specijalnih bolnica? Svojim domaćinskim poslovanjem očigledno razbijate mit da su ustanove u društvenom vlasništvu neminovno osuđene na propast. U čemu je suština?*

- Rekao bih da se više priča o privatizaciji banja, tj. neiskorišćenih smeštajnih kapaciteta u hotelima koji danas ne funkcionišu. O tome će svakako odlučivati osnivač, tj. Ministarstvo zdravlja i Vlada Srbije. To nije u nadležnosti direktora specijalnih bolnica. Naš zadatak je prilično jasan: da se staramo o zakonitosti rada, da sprovodimo odluke resornog ministarstva i upravnog odbora, da uposlamo što više ljudi, da iskoristimo maksimalno svoje kapacitete, da pametno trošimo opredeljena sredstva i, po mogućnosti, ostvarimo dobit. Mi kao ustanova 70% svog godišnjeg prihoda ostvarujemo na tržištu, zbog čega smo izuzetno likvidni i imamo mogućnost da se dalje razvijamo ulažući ta sredstva u obnovu, kako kadrovskog potencijala, tako i samih

zgrada. Suština je zapošljavati nove radnike i stvarati dohodak, i za radnike i za državu.

• *Kako vidite Specijalnu bolnicu Banja Koviljača za par godina?*

- Specijalnu bolnicu u bliskoj budućnosti vidim kao temelj, osnovu jednog modernog prirodnog lečilišta koje će privlačiti mnogo više turista iz zemlje i sveta, nudeći im blagodeti reke Drine, planine Gučevo, okolnih izletišta, lovišta i svega onoga što nam je Bog podario! Nazvao bih to "Karlovim Varima u malom".

SAMO SE USPEH RAČUNA

• *Imate 350 zaposlenih, više od 20.000 pacijenata godišnje, upravljate i postojećim kapacitetima i novim projektima, pritom radite profitabilno. Šta je suština vaše menadžerske filozofije, čime se rukovodite u radu i u životu? Šta vas zaista čini uspešnim a šta srećnim?*

- Upoznati što bolje svakog zaposlenog, shvatiti njegove mogućnosti, stimulirati ga da da svoj maksimum i da svako na svom poslu radi samo ono što mu piše u Ugovoru o radu,



In 2018, when Banja Koviljača celebrates 160 years of operation, Banja Koviljača Special Hospital has entered with record business results and a record number of employees. The old mud bath part was reconstructed, it was the first one to receive the certificate in the rehabilitation and accreditation hospital category for a maximum of 7 years, was awarded the Brand Leader for the second time... Behind these results is a proud team of 350 employees and one man - Dr. Aleksandar Jokić, Director of the Special Hospital Banja Koviljača, with the important support of the institutions. The biggest challenge in 2018, according to him, will be the continuation of the renovation of a mud bath, where the state-of-the-art wellness center in this region will be located at about 4,000 square meters. A complete reconstruction of the Kur Salon is also planned, which will restore cultural life in Banja and be a motor of congress tourism development, while the renovation of villas Bosna and Koviljača will increase accommodation capacities and offer new facilities for diagnostics and therapy. Therefore, for Dr Jokić, it is quite realistic that in the near future, the Special Hospital will be the foundation of a modern natural health resort that will attract more tourists from the country and the world – “mini Karlovy Vary”.

a opet da to radi najbolje što može. Deluje jednostavno ali nije. Zaista se dosta bavim ljudskim resursima, možda jednog dana i napišem nešto o tome. Zato sam se već na početku mandata zalagao da se radnicima isplate višegodišnja zaostala dugovanja za jubilarne nagrade, obezbedio sam razmenu radnika sa Specijalnim bolnicama u Vrnjačkoj banji i na Zlatiboru, organizujemo druženja tj. proslave povodom 8. marta i Nove godine, trudim se

da svakom radniku pomognem kao direktor i kao čovek koliko je u mojoj mogućnosti. Zaista nije lako izgraditi tim.

U osnovi celog sistema je Čovek, kako onaj kojeg lečimo, tako i onaj koji leči.

Ponavljam: teško je da vas svi vole i slušaju, ali znači kada vidite da većina poštuje to što radite.

O uspehu svakog čoveka govore samo njegovi rezultati ili, sportskim rečnikom rečeno:

samo se rezultat računa. Ili nešto jeste uradili ili niste.

A srećnim, srećnim me čine porodica i prijatelji, ali i uspeh ljudi kojima sam na bilo koji način pomogao.

• *Da je vaša formula dobitna kombinacija, govore finansijski rezultati, zadovoljni zaposleni i pacijenti, nagrade... Dobiti dva puta uzastopce priznanje Brend lider ne dešava se baš tako često?! Šta ste poželeli u novoj godini: svojim zaposlenima, gostima, kolegama, porodici, sebi lično? A šta čitaocima Turističkog Sveta?*

- Svojim zaposlenima i gostima pozeleo sam isto što i sebi: dobro zdravlje, puno rada, novih uspeha i puno srećnih trenutaka. Porodici - da što više vremena provedemo zajedno u novoj godini, da im bar malo nadoknadim vreme koje sam im zbog poslovnih obaveza uskratio.

A čitaocima Turističkog Sveta - da u godini velikog jubileja nađu malo vremena za sebe i da obavezno dođu u kraljevsku Banju Koviljaču!

Ljiljana Rebronja

СРЕЋНИ ПРАЗНИЦИ



СПЕЦИЈАЛНА БОЛНИЦА ЗА РЕХАБИЛИТАЦИЈУ

Бања Ковиљача



Spremni za POMERANJE GRANICA!

Spajajući filozofiju istoka sa tehnološkim dostignućima zapada, apartmanski kompleks „MujEn“ na Kopaoniku spremno dočekuje goste i ove zimske sezone. Posetioći će, između ostalog, moći da uživaju u proširenom wellness & spa centru, a u planu je izgradnja 30 novih apartmana, kao i obnova restorana i kongresne sale – otkriva za „Turistički Svet“ **Salko Đukić**, direktor „MujEn Lux“ hotela.



• *Koje sve sadržaje apartmanski kompleks „MujEn“ nudi svojim gostima?*

- Apartmanski kompleks „MujEn“ čine apart hotel „MujEn Lux“ i vile „MujEn Comfort“ i „MujEn Classic“. Sva tri objekta pozicionirana su u najvećem srpskom skijaškom centru – na Kopaoniku.

Tokom čitave godine gostima je na raspolaganju 95 udobnih, luksuzno opremljenih apartmana, a četvrtu po redu zimsku sezonu obeležiće novi sadržaji u okviru naše ponude. Prošireni wellness & spa centar, restoran sa vrhunskim specijalitetima, *beauty* centar za dame, kao i igraonica za najmlađe, samo su deo onoga što će njihov boravak na planini učiniti nezaboravnim.



OD ŠKOLE ZDRAVLJA DO ORIJENTALNOG PLESA

• Po čemu su „MujEn“ apartmani specifični i koja je, zapravo, vaša poslovna filozofija?

- U „MujEn Lux“-u se prepliću filozofija istoka, tehnologija zapada, tradicija i inovativnost. To je upravo ono što nas čini prepoznatljivim, uz pristupačnost, vrhunsku uslugu i zadovoljne korisnike koji se uvek vrte na ovo mesto za odmor koji se pamti!

• Šta vaši gosti mogu da očekuju u predstojećoj zimskoj sezoni i kakvo je trenutno interesovanje?

- Marketing tim „MujEn Lux“ hotela vodi računa o potrebama naših gostiju, oslušujući njihove želje. Kulturno-zabavni, kao i edukativni program u našoj organizaciji tokom čitave godine privlači na Kopaonik goste sa svih meridijana. Ponosni smo što na taj način dajemo doprinos u razvoju planinskog turizma i što naši gosti umeju da prepoznaju tu energiju koju im šaljemo. Kopaonička

škola zdravlja, namenjena stručnoj javnosti, čijim akreditovanim predavanjima prisustvuju najcenjenija imena iz sveta medicine, proteklog leta bila je u žiži javnosti. Kao najava zimske sezone usledio je Festival orijentalnog plesa, a doček Nove godine i druženje sa decom iz Dečijeg sela kod Kraljeva i podela novogodišnjih paketića, zaokružile 2017. godinu.

U 2018. godinu ulazimo puni elana i entuzijazma, spremni da pomeramo granice srpskog turizma.

„PAZAR VILLE“ I NOVI SMEŠTAJNI KAPACITETI

• U sklopu kompanije „MujEn“ posluje i turistička agencija, a veliku pažnju javnosti privukao je i projekat „Pazar Ville“ koji bi trebalo da sadrži 300 vila, šoping mol, sportsko-rekreativni centar sa zatvorenim bazenom, restoranima, hotelom i ostalim sadržajima. Dokle se stiglo u realizaciji ovog projekta u Novom Pazaru?



Combining Eastern philosophy and Western modern technology, the apartment complex MujEn on Kopaonik welcomes its guests this winter season. Visitors will, among other things, be able to enjoy the expanded wellness & spa center, and there is a plan to build 30 new apartments, as well as to renovate the restaurant and congress hall – reveals for „Turistički Svet“ Salko Djukic, director of MujEn Lux Hotel.

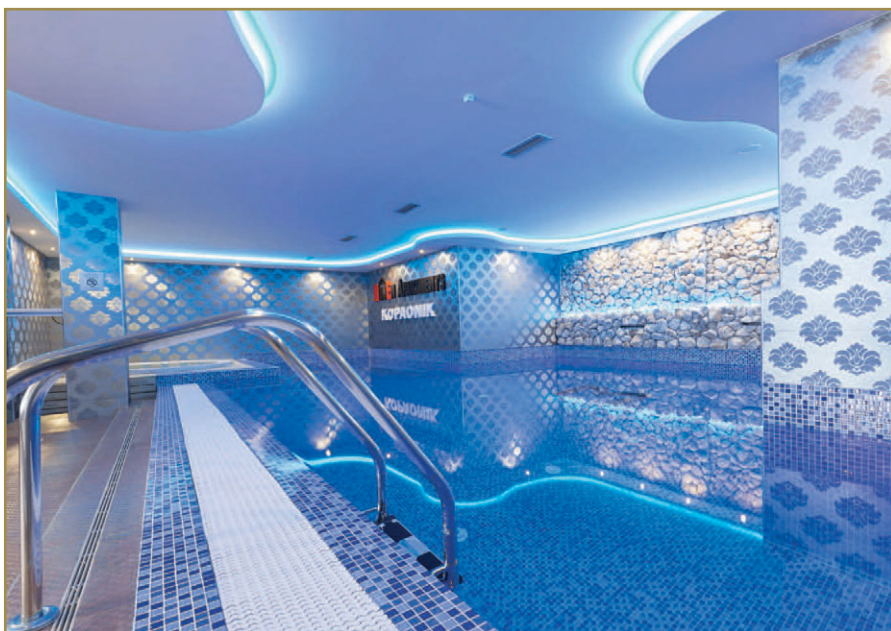
- Planiranom izgradnjom nekoliko stotina stanova, luksuznih vila, sportsko-rekreativnih terena i dodatnih sadržaja, „Pazar Ville“ je jedinstveni projekat na Balkanu. Pored velike investicije, projekat zahteva konstantnu posvećenost. Stručni tim naših konsultanata, arhitekata, projektnih menadžera, svakodnevno daje svoj doprinos u procesu realizacije, kako bi finalni rezultat u bližjoj budućnosti ugledao svetlost dana. Projekat prati veliko interesovanje javnosti, te ćemo sve zainteresovane blagovremeno obavestavati o daljim planovima.

• Da li se može očekivati proširenje kapaciteta na Kopaoniku, ili eventualno otvaranje „MujEn“ hotela na nekoj drugoj destinaciji?

- Potrebe naših gostiju su na prvom mestu. Prvi kvartal 2018. godine startuje proširenjem smeštajnih kapaciteta. Dodatnih 30 apartmana, kao i restoran i kongresna sala u novom ruhu, učiniće da naši gosti, bilo da su u pitanju porodice, sportisti, rekreativci ili, pak, poslovni ljudi, u potpunosti uživaju u čarima planine.

Ponosno ističemo naš moto: „Jednom gost, uvek gost“, i sigurni smo da ćemo uz nesebičnu pomoć naših saradnika i medijskih prijatelja hotela, opravdati poverenje i u narednom periodu.

Biljana Bosnić Ognjenović



Novi „MONA“ HOTEL u Beogradu

Krajem novembra, uz prisustvo predsednika Srbije Aleksandra Vučića i gradonačelnika Beograda Siniše Malog, položen je kamen temeljac za izgradnju hotela „Mona Plaza“ na Dorćolu, u koji će kompanija „Mona Hotel Management“ iz sopstevih sredstava i kredita investirati 30 miliona evra. O ovom projektu, kao i o daljim planovima kompanije MHM, razgovaramo sa njenim predsednikom Tomislavom Momirovićem.

Kompanija „Mona Hotel Management“ (MHM), u čijem portfoliju se nalaze hoteli: „Zlatibor Mona“ na ovoj popularnoj planini, „Argo“ u Beogradu, „Javor“ u Kušićima i Vila „Bella“ u Budvi, otpočela je izgradnju novog hotelskog zdanja u glavnom gradu Srbije. Kako za „Turistički Svet“ otkriva predsednik ove kompanije **Tomislav Momirović**, hotel „Mona Plaza“ će se nalaziti na Donjem Dorćolu, imaće 4 zvezdice i zaposliće više od 200 ljudi, a otvaranje se očekuje 2019. godine.

- Hotel će se prostirati na oko 20.000 kvm i sadržaće 152 sobe, dva restorana, fitness centar, veliku garažu, parking i više od 2.000 kvadrata konferencijskog prostora. Hotelski kompleks će obuhvatiti kulu sa 13 spratova koja će se nadovezati na staru zgradu iz 1902. godine – nekadašnju fabriku čokolade „Šonda“. Ova zgrada u Ulici cara Uroša, u kojoj se trenutno nalazi centrala „Mone“, pod zaštitom je države. Pokušaćemo da arhitektonski spojimo ovaj stari objekat s početka 20. veka i novi iz 21. veka i da tu celu zonu učinimo atraktivnijom, čemu će doprineti i jedan veliki atrijum ispred hotela – objašnjava Momirović.

OBNOVA DONJEG DORĆOLA

Izgradnjom hotela na Donjem Dorćolu, kompanija MHM planira da revitalizuje ovaj nepravredno zapostavljeni deo grada.

- Iako je Dorćol centar Beograda i njegovog duha, Donji Dorćol je prilično stagnirao, prvenstveno zbog loših urbanističkih planova, koji su, srećom, krajem 2016. godine promenjeni. No, dok su još na snazi bili ti loši urbanistički planovi, izuzetno ozbiljni investitori su pokupovali zemlju, jer je bila relativno jeftina. Sada, kako su se promenili uslovi za gradnju, ljudi će masovno početi da ulažu i očekuje se izgradnja oko 50.000 kvadrata stambenog, poslovnog i hotelskog prostora. Desiće se takva ekspanzija koja će zaista moći da se poredi sa ekspanzijom na Novom Beogradu posle 2000. godine – tvrdi naš sagovornik i dodaje:

- Formirana je i nevladina organizacija „Donji Dorćol“, kojoj smo dali podršku. Imamo saradnju sa lokalnom zajednicom, sa Muzejom za nauku i tehnologiju, sa amaterskim pozorištima u okruženju i sa jevrejskom zajednicom koja je tu istorijski utemeljena, tako da mislim da





ćemo ostvariti izuzetno veliki uticaj na celu sredinu, jer naš uspeh nije odvojen od uspeha lokalne sredine. Istovremeno, ako se poveća vrednost nekretnina u neposrednoj blizini, podići će se i vrednost našeg hotela. Drago nam je što je i Grad Beograd prepoznao našu inicijativu i rešio da oformi zelenu zonu, koja će povezati ovaj deo grada sa 25. majem. Ako se to realizuje u narednih godinu-dve, mislim da će Donji Dorćol bez sumnje biti najatraktivniji deo Beograda – kazuje Momirović, koji je i predsednik skupštine Udruženja hotelijera i restoratera Srbije HORES.



The Mona Hotel Management Company (MHM), in whose portfolio are following hotels - "Zlatibor Mona", "Argo" in Belgrade, "Javor" in Kušići and Villa "Bella" in Budva, started a construction of a new hotel building in the capital of Serbia. For the "Turistički Svet" the president of this company Tomislav Momirović reveals the hotel "Mona Plaza" will be located in Dorćol, it will have 4 stars and employ more than 200 people, and the opening is expected in 2019.

INDUSTRIJA KOJA RASTE

Pitamo ga koliko će novi hoteli, a naročito dolazak poznatih hotelskih lanaca kao što su „Hilton“, „Mama Shelter“ i „St. Regis“, promeniti hotelsku sliku prestonice.

- To je samo nastavak ekspanzije koja je aktuelna poslednjih nekoliko godina, kada su u Beograd došli „Crowne Plaza“, „Holiday Inn“, „Falkensteiner“, „Radisson Blu“, „Marriott“... Generalno, rast hotelske ponude u Beogradu prati i sve veći broj turista. Ja volim da kažem da je Srbija trenutno najotvorenija zemlja u Evropi, jer je ukinula vize turistima iz SAD, EU, Rusije, Kine, Turske, Irana, In-

dije, Indonezije, Malezije i velikog broja drugih zemalja... Turizam je industrija koja raste i Beograd definitivno ima sjajnu perspektivu. Generalno, ako pogledamo standarde u društvu, nemamo baš utisak da se u prethodnih 30 godina mnogo otišlo napred. Da ne kažem, u mnogim stvarima smo čak i nazadovali. Ali, turizam i hotelijerstvo raste, sve je više novih hotela – mnogo investicija, novih standarda, novih ponuda i mogućnosti za zapošljavanje. Fenomenalna je to industrija. Tako da sam zaista veliki optimista, i to na osnovu ozbiljnog utemeljenja – tvrdi Momirović.

CILJ: REGIONALNI LANAC „MONA“ HOTELA

Firma „Mona Hotel Management“ nastala je 2011. godine, izdavanjem iz matične kompanije „Mona“ koja je renomirani proizvođač kožne galanterije i muške i ženske odeće od kože i tekstila. Prenoseći svoju poslovnu filozofiju iz proizvodnje na hotelski biznis, MHM trenutno uspešno upravlja sa tri hotela u Srbiji, a njihova misija je širenje na region.

- U modnoj industriji svaki detalj je jako važan i povezan sa klijentima, i mi smo tu filozofiju u potpunosti primenili i u hotelijerstvu. Svi naši hoteli posluju izuzetno profitabilno, i cilj nam je da u narednom periodu jačamo naš hotelski brend. Planiramo da u narednih 10 godina vodimo nekih desetak hotela, od kojih će 3 biti u Beogradu, a zainteresovani smo i za tržišta širom Srbije, BiH, Crne Gore, Makedonije, Bugarske, Hrvatske, s fokusom na jakim turističkim mestima i glavnim gradovima – otkriva Momirović i zaključuje:
- Naime, nakon otvaranja hotela „Mona Plaza“, težićemo tome da svake godine otvorimo novi hotel sa više od 100 soba, i tako formiramo jedan mali, regionalni lanac „Mona“ hotela.

Biljana Bosnić Ognjenović

HOTELSKI DIZAJN KAO GENERATOR ŽIVOTNIH TRENDOVA

Hotelski poslovni imperativ predstavlja udovoljavanje našim čulima, željama i potrebama. Lukusuzni eksterijer i enterijer u kombinaciji sa ljubaznim osobljem, preduslov su za početnu prednost između užurbanog spoljašnjeg sveta i opuštenog sveta koji počinje ulaskom u odabrani hotel. Nakon uvertire u drugu realnost, čula kreću da se prilagođavaju decentnim, odabranim detaljima hotelskih površina. Tu na scenu stupaju dizajneri i njihove ideje. U zavisnosti od našeg dekodiranja spoljnih nadražaja kroz igre boja, mirisa i zvukova, pruža nam se osećaj da smo dobrodošli.



Dizajniranje, kao delatnost koja podrazumeva da se kreatori izražavaju kroz miks estetskih principa i likovnih elemenata, ispoljavajući svoja osećanja, predstavlja temelj savremene vizije hotelskih kompleksa. Ambijentalni tekstil, materijali, oblici i boje, sinhrono utiču na osećaj gostiju. Kažu da se prvi utisak stiče u prvih sedam sekundi nakon susretanja, pa zašto ne bi bilo tako i u slučaju kada je hotel taj o kojem sudite. Sedam, šest, pet...

Postoji to nešto što nas čini da se u hotelima osećamo senzualnije nego bilo gde. Da li su to luksuz, raskoš, brižnost ili različitost od svakodnevnog, uobičajenog? Oblici, prečišćene ili kitnjaste forme, palete boja ili nešto drugo što vam odvlači pažnju, zavodi vas i šarmira, pružajući osećaj da ste jedinstveni. Možda i činjenica da je naš boravak limitiran, dodaje notu mističnosti i stvara nam želju da upijamo sadašnjost svim čulima, jer je budućnost podložna promenama.

A šta je to što nam budi želju da zadržimo udobnost i subjektivni osećaj lepote hotela u koji želimo da se vraćamo ili koji biramo u moru drugih?

Džozef O'Konor je rekao: "Ako komunikacija ima neki početak, onda su to čula." Čulima percipiramo stvarnost i stvaramo splet emocija koje telo oseća. Linije, oblici, teksture, valeri i boje ukombinovane na način na koji daju

neponovljivu celinu, kao elementi dizajna obraćaju se umetnički prema svakome ko stupi u komunikaciju sa njima.

ELEMENTI DIZAJNA

Jedan od najvažnijih elemenata dizajna, jednostavan i kompleksan u isto vreme je - linija. Skup tačaka koji definiše stvarnu ili iluzornu veličinu, pravac ili smer. Značajna zbog izražajnih mogućnosti koje pruža, kao i kombinacijama koje ostvaruje sa drugim elementima (sem boje), predstavlja bazu konture i siluete, stvara strukturu, teksturu i valer. Izbor linija može da generiše stil, da da oštrinu, konture i osećaj modernog ili romantičnog prostora.

Oblik, drugi element dizajna, određen linijom predstavlja jedan od presudnih vizuelnih komponenti u bilo kom dizajnerskom izražavanju. Kroz oblike i dimenzije u prostorima dobijaju se percepcije udobnosti. Prave linije koje kreiraju oštre oblike ambijentalnog tekstila nesumljivo stvaraju čistu, strogu energetska kombinaciju karakterističnu za mnoge hotele. Zanimljivo je napomenuti da je gotovo nemoguće poštovati izričito jednu "vrstu" oblika, pa se ravnotežom i koketiranjem sa različitim strukturama ili bojama ublažava izričitost i izdvajanje jednog elementa modnog dizajna.

Sledeći element dizajna intrigantan je zbog svoje sposobnosti da izazove dva senzorna procesa-dodir i vid. Iako predstavlja površinski kvalitet

materijala, tekstura se odnosi na to kako element izgleda i kakav je na dodir. Teksture mogu biti taktilne i zamišljene. Taktilne, uvek prisutne na tkaninama, trodimenzionalne i pored čula vida, nadražuju i čulo dodira, dok zamišljene teksture vizuelno dočaravaju trodimenzionalnost putem štampe, igranja bojama, zadovoljavajući samo vizuelni doživljaj.

Četvrti element, valer predstavlja količinu svetlosti, raspon svetlog i tamnog u boji. Valerski ključ predstavlja skalu tonova koji mogu biti sa jačim kontrastom i rasponom i sa manjim rasponom i kontrastom. Kako bi harmonizovali boje u stvaranju ugodnog prostora, može nam pomoći valerski krug koji predstavlja spektar svetlih i tamnih valera, pored osnovnih čistih boja.

Poslednji element, boja, poznatija nam je više nego bilo koji drugi element ali se magija njenog potencijala i dalje rasplamsava. Čovek golim okom može razaznati više od 2.000 različitih nijansi dok celokupnu sliku i sinergiju prostora ostvaruju kombinacije različitih boja. Pored primarnih (crvena, žuta i plava) i sekundarnih boja (boje sastavljene od dve primarne), možemo ih podeliti na tople i hladne, neutralne i jarke... Povezanost boja, raspoloženja i osećanja poznat je koncept u psihologiji koji pokazuje da usled sinhronizacije unutrašnjeg sklopa i spoljnog sveta dolazi do mirnog i spokojnog osećanja. Ne sme se zanemariti ni doživljavanje boja koje zavisi



Designing, as a human activity where creators express themselves through a mix of aesthetic principles and visual elements, expressing their feelings, forms the basis of a modern vision of hotel complexes. Ambient textiles, materials, shapes and colors synchronously affect the guest's feelings. Lines, shapes, textures, colors and its tones combined in the way they give an unbeatable whole, as the most important elements of design, turn artistic towards anyone who comes into communication with them.

od više činilaca, kao što su vrsta svetlosti, nijansi, intenziteta, količine i slično. Crvena boja na primer predstavlja boju strasti, kretanja, vitalnosti i optimizma. Osnovna boja koja ubrzava puls, pojačava cirkulaciju, izaziva lučenje adrenalina i koja daje dašak aristokratije kada je prošara crna. U velikim količinama može delovati agresivno dok kraseći detalje i ukrase unosi dozu ljubavi u svaku prostoriju. Boju koja okrepljuje i oslobađa od strahova pronaći ćete u nijansama žute. Komunikativnost i stvaralaštvo pospešuju se ovom bojom, pa su prostori u kojima se posluje često prošarani upravo žutom. Mešavinom crvene i žute dobijamo narandžastu – boju vatre i sunca. Prijatna boja za savladavanje umora, koristi se i za poboljšavanje apetita i olakšava jutarnje buđenje, pa se često može sresti u blagim tonovima sala za ručavanje. Savremen čovek usled užurbanog načina života ima hroničnu iscrpljenost, pa je potrebno u enterijer dodati zelenu boju koja relaksira, umiruje i odmara oči. Zelena boja snižava krvni pritisak i uspostavlja ličnu ravnotežu, pa je najčešći izbor za spavaće sobe. Treća osnovna boja – plava simboliše inteligenciju, mudrost i beskonačnost. Kao boja atmosfere smiruje puls i predstavlja boju mira. Iako podstiče koncentraciju može biti i hladna i pasivna, pa je treba oprezno koristiti u hotelskim prostorima.

Ne može se, ipak, poreći da bela i crna, kao i njihove mešavine, predstavljaju bazu boja u enterijeru i eksterijeru hotela i generalno prostorija u kojima povodimo vreme. Na belu boju većinom reagujemo pozitivno. Ona prikazuje čistotu, jasnost, nevinost i novi početak. Stvara osećaj

prostranosti, dok njena suprotnost - crna može prikazati mističnost, seksualnost i dubinu. Nijanse sive su čest izbor dizajnera, gde se siva lako kombinuje i sa toplim i sa hladnim bojama. Pored interpretacije naših osećanja putem boja, one imaju i svoju priču, pa tople boje predstavljaju: ljubav, strast, plodnost, radost, sjaj, bogatstvo, dok hladne predstavljaju mir, nadu, istinu, aristokratiju, vernost, plemenitost, besmrtnost. Pastelne boje koje dobijamo mešanjem palete boja sa belom predstavljaju sa druge strane prefinjenost i ženstvenost.

STVARANJE HARMONIČNE ESTETSKE CELINE

Zadovoljavanjem estetskih, funkcionalnih, vizuelnih, likovnih i strukturalnih principa pri poznavanju elemenata dizajna, kao i njihovim komponovanjem, može se postići sklad, jedinstvenost, prepoznatljivost i funkcionalnost. Pomoću principa modnog dizajna i pravog odabira elemenata stvara se harmonična estetska celina u kojoj se ljudi dobro osećaju. Neophodnom ravnotežom oštrog oblika i pastelnih boja dobijamo sklad u prostoru, poput jina i janga. Bez obzira na koji element dizajna najviše obraćate pažnju, sklad po normama ili po željama dizajnera u hotelima je neminovan, jer dizajneri enterijera imaju na umu da dizajn hotela generiše životne trendove pojedinca ili određene ciljne grupe.

Savremeni način formiranja tekstilnih materijala danas u eri nanotehnologije i pametnog tekstila predstavlja veliki izazov za opremanje hotela, jer su klijenti sve instančanijeg ukusa i potreba. Elementi dizajna u hotelu treba da imaju širu poruku kako bi privukli većinu ljudi, potencijalne

goste kojima treba poseban doživljaj različit od onog koji imaju kod kuće. Oživljavanje modernog tekstila počelo je sa industrijskom revolucijom i svakim danom sve više dobija na kvalitetu i specifičnosti u okviru organoleptičkih karakteristika.

Pri izboru svih elemenata dizajna potrebno je da oni budu harmonični i stilski usaglašeni, tako da budu prihvatljivi u par narednih godina od otvaranja. Elementi dizajna ukomponovani u stil hotela određuju i njegov imidž vezan za istorijski period (barok, rokoko, gotika, kraljevski, viktorijanski, tradicionalni, art deko, savremeni). Pored toga, oni mogu predstavljati karakteristične prepoznatljive komponente određenih zemalja (Španija, Rusija, Engleska, Kina...). Iako osnovne karakteristike stila mogu biti prepoznatljive, elementi dizajna se konstantno prilagođavaju da bi se uskladili sa kulturološkim afinitetima i profitabilnošću. Sve je manje ornamentike, trend se kreće u pravcu čistih, jednostavnih linija i teksture kao i efekata osvetljenja koji mogu hotelu dati izgled klasičnog, modernog ili ultramodernog.

Ravnoteža i povezanost pomenutih elemenata pruža nam osećaj bolje naspavanosti nakon noći u hotelu, lakšeg opuštanja nakon jutarnje kafe, spa tretmana, najplešeg degustiranja delikatesa...

Možda je ipak stvar u količini redukovano svakodnevnog stresa usled promene materijala, boja, teksture i utiska, jer nivo luksuza koji dobijate nakon dolaska u hotel, stvara primamljiv osećaj da je to vreme izdvojeno samo za vas. Ko bi tome i poželelo da se suprotstavi? Tri, dva, jedan.

Mina Paunović



SJAJ HOTELSKIH APARTMANA

U skladu sa potrebom da se ugodi i najzahtevnijoj kategoriji gostiju, hotelijeri sa dizajnerima osmišljavaju i izvide najluksuznije jedinice u smeštajnom delu hotela – hotelske apartmane. Pored drugih zahtevnih delova hotela, kao što je hotelski lobi, restorani ili spa centri, apartmani su veoma delikatni i posebni i njih uvek vezujemo za specijalnog gosta, važnu osobu, ili za hotele visoke kategorije.

Propisi o kategorizaciji hotela zahtevaju da hotel sa četiri ili pet zvezdica mora, u okviru svog smeštajnog dela, da ima oko 10-15% apartmana u odnosu na broj soba.

Obično se u prostorno-konstruktivnom rasteru hotela spajaju dve smeštajne jedinice, klasične hotelske sobe, kako bi se formirala struktura hotelskog apartmana. Najzahvalnije je postaviti po jedan ili dva apartmana na svakoj etaži hotela na ugaonu poziciju ili na kraj niza ostalih soba. Apartman, po definiciji, ima izdvojen dnevni deo u odnosu na spavaći, dok nameštaj i oprema moraju biti nešto reprezentativniji u odnosu na one u standardnim sobama.

LUKSUZ I PROSTRANOST

Van ove definicije i obaveznih funkcionalnih elemenata koje obavezno poštujemo, zahtevi i praksa nam donose i veoma luksuzne apartmane, namenjene VIP gostima, u okviru prestižnih hotela, koji dostižu i površine od više stotina metara kvadratnih. U smislu organizacije, sastoje se iz dnevnog dela, salona sa trpezarijom ili radnom sobom, i spavaćeg dela koji sadrži jednu ili više spavaćih soba i kupatila. Ponekad mogu sadržati privatni i „javni“ deo. Ukoliko jedinici sa opisanim sadržajima dodamo manji salon za prijeme, ili salu za sastanke i sobu za obezbeđenje, dobijamo VIP ili predsednički apartman u okviru hotela. U tom slučaju, njegova funkcija nije isključivo





In accordance with the need to accommodate even the most demanding category of guests, hoteliers and designers create most luxurious units in a hotel – hotel suites. Apart from other demanding parts of a hotel, such as lobby, restaurants or spas, suites are very delicate and special, and we always associate them with a special guest, an important person, or high category hotels.

Srećne novogodišnje i božićne praznike želi vam stručni tim Vemex projekta!



VELEX 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



smeštaj gosta, već i održavanje sastanaka, konferencija za štampu, prijema, svečanih obeda. Odatle i zahtev da se projektuju i formiraju u izdvojenim delovima hotela, najčešće na poslednjim spratovima, penthausima. Na taj način osigurana je privatnost, a u većini slučajeva – i najlepší pogled.

U prostornom smislu, hotelski apartman treba predimenzionirati u odnosu na ostale sobe. Prostori, kako u dnevnom, tako i u spavaćem bloku, zahtevaju prostranost i širinu, a ne jednostavno ispunjavanje funkcije. Po pravilu, u apartman treba ući iz privatnog foajea, čak i obezbediti lift od parking mesta u garaži, preko hola hotela do foajea. Posebnu pažnju treba posvetiti kupatilima i toaletima i dizajnirati ih veoma luksuzno. Pune i kvalitetne tkanine, podovi i nameštaj od punog drveta, kvalitetna i pažljivo odabrana rasveta, kupatilska oprema *lux* kvaliteta, korišćenje prirodnog kamena umesto pločica – daju ovim delovima hotela potreban kvalitet. Enterijer, bez obzira na to da li je moderan ili klasičan,





mora biti veoma elegantan i popunjen, treba izbegavati hladne i „prazne“ enterijere. Dizajnerski ili antikni komadi nameštaja, aksesoari ili umetnički predmeti i slike, kao i elementi hortikulture, svakako nalaze svoje pravo mesto u ovim prostorima. U veoma skupim hotelima može se ići i korak dalje, uvođenjem elektronskih sistema za upravljanje zatorima, rasvetom, video i audio tehnikom, čak i ugradnjom sistema „pametne“ kuće, koja reaguje na spoljne uslove, ali i na potrebe gosta.

NAJBOLJI PRIMERI

Apartman u Armani hotelu u Dubaiju, sa svojom ugaonom pozicijom, idealno oslikava kako organizacijom, tako i dizajnom prostora, veoma luksuzne hotelske apartmane. Veoma neobičan oblik osnove i neobične pregrade doprinose posebnom utisku koji ovaj prostor ostavlja. Sadrži obavezan foaje sa toaletom, dve spavaće sobe sa svojim prostranim kupatilima i garderobama, te salon sa trpezarijom i malom kuhinjom, koja je servisnim liftom povezana sa hotelskom kuhinjom i servisom. Dizajn enterijera je veoma prefinjen, elegantan, luksuzan. Svojim ujednačenim tonovima stavlja teksturu i kvalitet materijala u prvi plan. Elementi nameštaja i aksesoara iz Armani hotelske kolekcije daju poseban pečat. U prostoru nema mnogo suvišnih detalja.

Neverovatna spoj luksuza, klasičnog stila, kitnjastih plafona, rasvete, delova nameštaja, umetnina, sa modernim elementima, vidljiv je u okviru apartmana pariskog hotela Four Seasons George V. Veoma svetao, prozračan i otvoren enterijer, ističe vidno sve kvalitete prostora nameštaja, aksesoara i materijala, gde nema mesta stilskim greškama. Nalazi se na penthausu i sastoji se iz ulaznog foajea sa toaletom, salona sa stolom za ručavanje, radne sobe, velikog noćnog dela sa jednom spavaćom sobom, garderobom i kupatlom, a sadrži i veliku terasu.

PRATEĆI SADRŽAJI

Koliko god pažnje posvetili dizajnu i osmišljavanju salona, foajea, spavaćih soba u luksuznim apartmanima, nikako ne treba zapostaviti prateće sadržaje. Garderobe, cipelarnike, sa dovoljno prostora za VIP goste i njihove potrebe, mesta za odlaganje rublja, sudova, kao i neposrednu vezu sa servisima hotela. Njihovo nepravilno projektovanje može narušiti koncept čitave jedinice i rezultirati nezadovoljstvom gosta.

Kao što je ranije rečeno, ove jedinice ne treba posmatrati kao isključivo smeštajne. Pored prostranog smeštajnog dela u okviru bloka sa apartmanima, poželjno je organizovati mini spa centre, multifunkcionalne sale za održavanje zabava, sastanaka, večera. Ovi sadržaji su višestruko isplativi, a ukoliko se ne pripajaju apartmanima, mogu se izdavati i koristiti zasebno.

U svakom slučaju, treba razmišljati šta ponuditi gostu kome je dostupno i pristupačno skoro sve u smislu luksuznog prostora, hrane, dizajna i udobnosti. Osmisliti šta je to što će ove goste privući – možda tradicija usluge, prestižno dizajniran prostor, položaj, specifičnost sadržaja, ili sve to zajedno.

Ivana Banović Đorđević, d.i.a.



LUKSUZ SA POSEBNOM AROMOM



RIXOS PREMIUM DUBAI

Ovaj hotel svedenog dizajna i sofisticiranog luksuza namenjen je modernom putniku. Otvoren je pre nekoliko meseci u delu grada koji se zove Jumeirah Beach Residence (JBR), a u kojem se nalaze popularni The Walk i The Beach, poznati po brojnim restoranima i kafeima na otvorenom. U blizini su još i Dubai Marina, čuveno ostrvo Palm

Turska je već godinama među omiljenim destinacijama za odmor turistima iz Srbije. Ako ste i vi među njima, a želeli biste da posetite i neku drugu destinaciju, Rixos hoteli u Dubaiju mogli bi da budu odličan izbor. Isto važi i ako u ovaj grad putujete poslom.

Rixos je, inače, turski lanac luksuznih hotela, koji je 2017. godine otvorio svoj drugi objekat u Dubaiju, dok je prvi pobrao lepe nagrade. Svaki od njih je osoben na svoj način i za koji god da se odlučite očekuju vas autentični turski specijaliteti, uz odabrane ukuse sa drugih meridijana i tradicionalno tursko kupatilo.

Jumeirah i Bluewaters Island, koje je trenutno jedno veliko gradilište, a koje će biti izuzetno popularna turistička destinacija kad se posao privede kraju. Na ovom ostrvu se, između ostalog gradi i Ain Dubai, najveći panoramski točak na svetu. I zato, ako ste došli sa željom da što bolje upoznate grad i da uživate u brojnim mogućnostima koje on nudi, Rixos Premium Dubai je odlično rešenje i tek će biti. Isto važi i za putnike koji dolaze poslom, u zavisnosti od toga u kom delu grada ih očekuju obaveze. U blizini hotela nalaze se Internet City, Media City i Knowledge Village.

Hotel ima direktan izlaz na plažu, kao i prozore od poda do plafona, pa samim tim i divan pogled na more ili panoramu (dela) grada. U specijalitetima autentične turske kuhinje gosti mogu da uživaju u restoranu prikladnog naziva Turquoise, a tu je još osam restorana i barova sa raznovrsnim i maštovitim gastronomskim konceptom. U sklopu spa centra nalazi se i tradicionalni turski hamam, a u hotelu postoji i odlično opremljen fitness klub. Jednom rečju, sve što je potrebno jednom modernom putniku, naći će na ovom mestu.





RIXOS THE PALM DUBAI

Rixos the Palm Dubai je prvi Rixos hotel u Dubaiju, otvoren januara 2012. godine i od tada do danas pobrao je simpatije brojnih gostiju, a svake godine pokupi i nekoliko nagrada. Nalazi se, kao što mu i samo ime kaže, na ostrvu Palm Jumeirah, a pošto je smešten u mirnom i izdvojenom delu i ima privatnu plažu, svojim gostima pruža mir i privatnost, ali i mnogo više od toga. Predstavlja izvrstan izbor za sve one koji žele klasičan odmor u rizortu, jer nudi bogate sadržaje i mogućnost ultra all-inclusive usluge, a za porodice sa malom decom je idealan zbog svoje izuzetne ponude za najmlađe.

Većina soba i apartmana u hotelu ima balkon sa pogledom na more, a neki od njih gledaju i na čuveni Burdž al Arab. Prozori su od poda do plafona, enterijer odlikuju elegancija i udobnost, a prostrana kupatila daju dodatnu notu luksuza. Boravak još prijatnijim čine vrtovi sa bujnom vegetacijom.

U hotelu se nalazi tri restorana i nekoliko bara, kao i zaseban bar na plaži, a gosti mogu

da uživaju u izvornim turskim, ali i italijanskim, mediteranskim i drugim specijalitetima. Tradicionalno tursko kupatilo u Anjana Spa centru posetiocima nudi autentično iskustvo zahvaljujući originalnim aromama i jedinstvenim, drevnim tehnikama koje se primenjuju, a tu su i brojni drugi sadržaji. Joga i odbojka na plaži, sportovi na vodi, ronjenje uz internacionalno sertifikovane instruktore, dva otvorena bazena, poseban bazen za decu, tereni za tenis i basket – sve je to samo deo bogate ponude ovog hotela.

Za vezu sa kopnom gosti mogu da koriste klasičan taksi, ali i besplatan vođeni taksi do Dubai Marine, a postoji i shuttle bus čija je odrednica Mall of the Emirates. Do dela grada koji se zove Dubai Downtown (i gde se nalazi najviša zgrada na svetu Burj Khalifa) taksijem se stiže za četrdesetak minuta, dok je do Međunarodnog aerodroma u Dubaiju potrebno sat vremena vožnje. Rixos the Palm Dubai treba odabrati ako pre svega želite klasičan odmor u rizortu, začinjjen obilascima najatraktivnijih znamenitosti u Dubaiju.

Vesna Milojević



Rixos is a Turkish brand and a luxury collection of hotels and resorts around the globe, with two of its properties in Dubai. Each of them has its unique features and yet they both have some things in common – their guests can all enjoy delicious Turkish cuisine and traditional bath rituals from Turkish Hammams. This is why it is best described as luxury with a special flavor.

SAVREMENA BAJKA

Smešten u šumovitom okruženju Alpskog vrta na ivici padine, u ekskluzivnom kvartu Kurševela, francuski hotel „Borovnice“ zaista se smatra najekskluzivnijim i najskupljim zimskim hotelom na svetu. Ovde dolaze gosti koji vole vrhunski luksuz, neuporedivu udobnost i smeštaj tako blizu zvezda...

U okruženju hotela „Borovnice“ novi „abramovići“ se susreću s krunisanim glavama i bezobrazno bogatim osobama sa svih strana sveta. Tako je želela vlasnica hotela Rejmond Fenestrac, koju su stalni gosti nazvali „kraljica Kurševela“.

Pravo ime hotela glasi „Hotel de Charme les Airelles“, što znači „Šarmantne borovnice“. *Hotel de Charme* je izraz kojim se označava posebna kategorija hotela da bi se u širokom spektru hotelskih usluga razlikovali od lanaca mas turizma i od brendiranih i etabliranih objekata kao što su hoteli „Bristol“, „Ritz“, „Plaza“, itd. Pod tim pojmom podrazumevaju se manji objekti koji su obično prename-

njeni u hotele, smešteni u nekom živopisnom krajoliku i originalno opremljeni (ne *high-tech*, nego nekako udobno, porodično).

SUDBONOSNI TRENUTAK

Seljančica iz doline Tarantez u Alpima čuvala je krave posmatrajući automobile sa skijama na krovovima koji su prolazili pored nje. Sanjajući uzbudljiviji život, Rejmond rešava da proda jednu kravu kako bi kupila „gradsku“ odeću. Prva stanica bio je Pariz, druga London. Čuvajući decu tokom dve i po godine, uči se rafinmanu i otmenosti velikih engleskih porodica. Zatim obilazi Italiju kako bi naučila jezik. Po povratku u rodni kraj, zapošljava se u hotelu na recepciji. Bio je to prelomni trenutak u njenom ži-

votu – otkrila je cilj svog života: hotelijerstvo! Da bi ostvarila svoje snove, a potreban joj je novac, bavi se poslom s nekretninama. „Posao mi je išao sjajno! Rezultati su toliko bili dobri, a prodavala sam samo skupocene posede, tako da sam posle godinu dana rada otkupila agenciju za koju sam radila!“





Susret s budućim mužem Andreom koji se bavio građevinskim poslovima, omogućice im da "zajedno pomere planinu"! Rejmond uviđa da velike porodice iz francuske industrije, engleske porodice s titulama, arapski prinčevi... obožavaju skijanje na izuzetnim stazama Kurševela. Njen san je da izgradi hotel – „porodičnu kuću”. Šansa se ukazuje 1992. godine kada se u obližnjem Albervilu održavaju Zimske olimpijske igre. Predsednik Olimpijskog komiteta, Antonio Samaranch, traži VIP hotel. Bračni par Fenestrac predlaže da im podignu hotel po njihovoj meri. Tako se 1992. godine rađa hotel „Borovnice” i već u prvoj godini rada hotel je prim-

ljen u slavu hotelijersku grupu "Leading Hotels of the World".

PO UKUSU BOGATAŠA

Arhitekta Rišar Ferbah je, prema želji vlasnice, uneo barokni stil okruženja u kome je živela austrijska carica Sisi. Tako su klupe u sobama inspirisane klupama u caričinom vozu; jedan paravan je identičan paravanu koji se nalazi u njenom dvorcu. Većina soba ima kamin. Rejmond poznaje ukus bogataša. 59 osoba okruženo je pažnjom 112 osoba koje udovoljavaju i najmanju želju prebogatih gostiju. Ako želite da znate ko je sve boravio u ovom hotelu, pročitajte na internetu Forbsovu listu 100 najbogatijih na svetu! Prilikom odlaska iz hotela, svaki gost dobija na





Situated in a wooded surrounding of an alpine garden on the slope's edge, in the exclusive Chourchevel district, the French Hotel de Charme les Airelles is truly regarded as the most exclusive and most expensive winter hotel in the world. Here come guests who love top luxury, incomparable comfort and accommodation so close to the stars...

poklon teglu s džemom od borovnica, peškire, torbicu s kozmetikom, naravno, sve u boji kuće.

Usred ogromnog salona smešten je veliki domaćinski kamin koji širi svoju toplinu. Tu je i bioskop... „Ponekad je teško 'velikima' reći da je hotel popunjen. U stvari, gosti obožavaju ovu neizvesnost, 'ekskluzivnu' stranu hotela!”

U trpezariji restorana “La Table du Jardin Alpin” sa dve Mišelin zvezdice, koji vodi slavni francuski kuvar Pjer Ganjer služi se, na primer, smrznuta junetina na pečenom hlebu sa ostrigama, prelivena sosom od dimljene repe. Njegov moto je “jednostavno, ali elegantno”. Gostima je takođe na raspolaganju i tradicionalna “građanska” kuhinja s pečatom autentične francuske gastronomije. Postoji i “Savojski čošak” u kome se služi raklet, fondi i drugi lokalni specijaliteti na bazi sireva. U najnovijem restoranu “Cala di Volpe” služi se isključivo italijanska kuhinja.

DEČIJE I WELLNESS CARSTVO

Arhitekta je porušio nekoliko zidova kako bi ostvario novu zamisao Rejmond Fenastrac – prostor u kome deca mogu nesmetano da jurcaju i uživaju u raznovrsnom programu specijalno napravljenom samo za njih. Veliko platno poziva decu manju od 12 godina da gledaju crtaće; na raspolaganju su im mnogobrojne igre, meke igračke koje “Borovnice” pretvaraju u Alibabinu pećinu. Tu je i lični hotelski klovn Kamamber, zatim crvenokožac koji deci priča bajke o vremenu kada su Indijanci živeli bez Koka-Kole...

Wellness i spa prostire se na 850 kvadratnih metara. Sauna i bazen su okrenuti skijaškoj pisti koja prolazi pored hotela. Tu su vođeni zid, sauna obavijena prozirnim staklom, tuševi sa sensorima, bazen i đakuzi, svi s veličanstvenim pogledom na okolne planine. Postoji “Snežna pećina” u kojoj gosti mogu da uživaju u ledenom kristalnom prahu koji stimuliše i osvežava gosta između dve sesije saune. Spa “La Mer” („More“) ima novu zabavu za goste: kriptoterapiju “Cryoness”. Nova tehnika pogoduje jakim skijašima posle celodnevnih spustova. Seansa traje od 35 sekundi do 3 minuta i omogućava da se telo trenutno obnovi, jer se nalazi na udaru hladnoće od -110 do -170 stepeni! Pa ko izdrži!

“Ponosna sam što je *Hotel de Charm les Airelles* prvi hotel u Francuskoj koji je dobio petu zvezdicu”, kaže Rejmond Fenastrac. „To je veliko priznanje za profesionalan rad svih nas u hotelu!” Hotel je takođe dobio izuzetnu nagradu koja seodeljuje u Francuskoj: „Palace”, što znači da je ovaj objekat okarakterisan kao super luksuzan!

Rejmond može da bude srećna, jer su joj se u vođenju hotela i depandansa „Ormello” pridružili sin Raul i snaja Stefani.

I najzad, cene: za jednu noć u hotelu, vaš novčanik će biti olakšan u zavisnosti od soba ili apartmana (u ove cene ne ulaze posebni dani kada je Božić, Nova godina, itd.) između 1.312 i 8.016 evra!

Tekst: Jelena Kaličanin

Foto: Fototeka hotela “Les Airelles”



Novo ime za
uživanje sa stilom.



Srećni praznici!

Hotel Grey

Kopaonik bb

+381 36 210021, +381 60 80 90 900

info@greyhotel.rs

www.greyhotel.rs



NA PRAVOM DIVLJEM ZAPADU

Na obroncima veličanstvenog Nacionalnog parka Veliki Tetoni u američkoj državi Vajoming, smestilo se luksuzno odmaralište grupe Aman Resorts – AMANGANI.

Pre 7.000 hiljada godina predeo poznat pod imenom Džekson Hol u Vajomingu, bio je dom domorodaca koji su svoje dane sporo i mirno provodili pecajući u rekama bogatim ribama, sakupljajući plodne biljke i loveći divljač. Onda je, 1800. godine, imenjак grada Dejvi Džekson, zajedno s prvim traperima, trgovcima i gorštaci-ma, prešao preko goleme planine Veliki Tetoni u potrazi za dabrovima i stigao do zgodnog mesta, stvarajući naselje Džekson Hol.

Stotinak i više godina kasnije, 1920. godine, na proputovanju kroz ove predele, milioner Džon D. Rokfeler, oduševljen prirodom ovog kraja, odlučio je da kupi dobar njen deo i podigne veliki ranč za svoju porodicu. U isto vreme je dao gomilu para kako bi se oformio danas slavni Nacionalni park Veliki Tetoni. Gde su Rokfeleri, tu je i ostala bogataška bratija, te je ovaj kraj naglo počeo da se razvija.

„TIHI DOM“

Danas je najlepší hotel u Džekson Holu pripao pozna-

toj hotelijerskoj grupi AMAN (koja u svom vlasništvu ima i crnogorsko poluostrvo Sveti Stefan). Kreativnost i filozofija njenog partnera, holandsko-indonežanskog tajkuna Adrijana Zeke, odlično se uklopila u nedirnutu okruženje. Luksuzno odmaralište, nazvano Amangani, što na indonežanskom jeziku znači „Tihi dom“, steklo je ubrzo reputaciju elegancije u ovom egzotičnom i osamljenom predelu zemlje. Nanjušivši hit mesto, slavne ličnosti nagnule su u njega, kupujući kuće ili boraveći u Amanganiju: Džo Montana, Uma Turman, El Makferson, pa i Arnold Švarceneger. I slavni glumac Harison Ford kupio je planinsku kuću u Džekson Holu.

Na visini od 2.300 metara od nivoa mora, odmaralište Amangani nudi, pre svega, veličanstvenu panoramu. Okruženo ostrim vrhovima visokih planina,

skoro uvek prekrivenih snegom, izgleda kao dragulj u beloj kolevci. Kao prvi AMAN projekat u Americi, Amangani reflektuje uticaj kulture starosedelaca i rafinman i rustičnu eleganciju vestern stila. Uzidan je u planinu i okružen visokim vrhovima i humkama, pa otuda i naziv „Hole“ koji se upotrebljava da označi široku alpsku dolinu.

Svetski poznati arhitekta Edvard Tatl, koji već desetak godina dizajnira AMAN odmarališta razbacana po svetu, koga čuveni američki časopis „Architectural Digest“ naziva „jednim od 100 svetskih arhitekata“, projektovao je ovaj dragulj čistim, jednostavnim linijama uz upotrebu raznovrsnih materijala.

BEKAM I POSH

Enterijer upućuje na udobnost sa svojim prostranim sobama sa zasvođenim tavanicama i neutralnim zemljanim bojama. Prozori od poda do tavanice su kao platno na kome glavnu ulogu igra nestvrano





u apartmanu *Spring Gulch* na privatnom drugom spratu. Samo 1.800 dolara na noć. U odnosu na glamurozni enterijer i nije mnogo. On je, prema ideji arhitekta Tatla, sredina između bogatog luksuznog hotela i internacionalnog minimalizma butik hotela, sa insistiranjem na preciznim zanatskim radovima i materijalima i pomalo azijskim uticajem.



ZA LJUBITELJE SKRIVENIH KUTAKA

U svakom apartmanu nalazi se kamin, neverovatno prostrana kupatila, s podovima od crvenog istočnoindijskog drveta (iz kog se dobija boja), posebnim tuševima i dubokim kadama s pogledom na veličanstvene planine. Na petom spratu se nalazi fitness centar, na donja četiri smeštene su teretane, svlačionice, a na prvom se nalazi zatvoreni bazen. Bazen na otvorenom dugačak je 35 metara i povezan je s virpulom od 10 kvadrata.

Restoran *The Grill* prijatno je mesto u kome se služi kreativna američka hrana. Stolovi su napravljeni od crnih pločica, pod je prekriven tepisima, kamin prijatno greje... „Tako da Room“ na plemenskom jeziku Indijanaca znači „prijatelj svih“, izraz drugarstva i prijateljstva, opuštenu prostor u kome gosti mogu da uživaju u harmoničnoj atmosferi tradicionalnog gostoprimstva američkog Zapada.

Odmaralište Amangani u Vajomingu zaista je izazov za prave skijaše, elitiste koji vole tajnovitost mesta i ljubitelje skrivenih kutaka ovog dela naše planete Zemlje. Brojne su nagrade koje je Amangani dobio: *Conde Nast Traveler UK, Gold List 2011, 500 World's Best Hotels, Travel & Leisure, 2009 Readers' Choice Awards, No.1 Ski Resort in North America...*

Tekst: **Jelena Kaličanin**

Foto: www.amanresorts.com



On the slopes of the magnificent Grand Teton National Park in the state of Wyoming – USA is located the luxury Aman Resorts property – Amangani. This luxury resort, whose name in the Indonesian language means "quiet home", reflects the influence of the culture of indigenous people and the refined and rustic elegance of the western style.



čista priroda! U Amanganiju je bazen u eksterijeru, wellness okrunjen mnogim nagradama, bogata biblioteka i gurmanski restoran, prihvatni šatl koji dovozi i odvozi skijaše do skijaškog mesta Džekson Houli, privatni prostor za skije pored liftova, engleski jahački sport.

Svem u ovome nisu odoleli ni Dejvid Bekam i njegova Viktorija! Zna se, njih dvoje ne skijaju, ne sankaju, niti šetaju. Slavni fudbaler i *Posh Girl* prilikom svoje posete nisu ni jedan jedini dan izašli iz hotela!

„Viktorija je tvrdila da svo voće ima ukus luka. Stalno je vraćala činije, a osoblje je moralo da pere svako zrno grožđa-ponaosob! Ne želi da jede ništa što u sebi ima buter, ulje ili so!“; procurela je vest iz hotela. Bračni par je odseo



STARA PLANINA



DESTINACIJA KOJA OSVAJA SVOJIM MIROM

Stara planina je prava otmena dama, koja odiše takvim mirom i mudrošću i tako ih spontano prenosi na one koji su se uputili da udahnu njen vazduh i gaze njenim stenama, očarani plavetnilom neba i andeoskim oblacima...

Kada kažemo da je nešto staro, onda imamo različite asocijacije – nekad je to iskustvo, mudrost, mir, stabilnost, a nekada i sporst, zastarelost, zaborav, van trendova i mode... Energija imena često može da ima veliki uticaj na našu percepciju... I čini se da većina voli da otputuje na mesta koja nose epitete „novo“, „moderno“, „in“, „u trendu“, „u centru zbivanja“, tamo gde će biti viđeni, primećeni i reklo bi se radije biraju destinacije zbog drugih, nego zbog sebe... A na mestima gde smo oko 1.600 m bliže Suncu i gde lako postajemo jedno sa Prirodom i Univerzumom, možemo da doživimo potpunu transformaciju.

Stara planina je prava otmena dama među planinama, koja odiše takvim mirom i mudrošću i tako ih spontano prenosi na one koji su se uputili da udahnu njen vazduh i gaze njenim stenama, očarani plavetnilom neba i andeoskim oblacima.

„PUT KOJIM SE REDE IDE“

Da li je energija i težina imena Staroj planini donela manju popularnost i atraktivnost





At the Stara Planina Hotel on the mountain of the same name in the south-east of Serbia, guests can enjoy the right vacation, in terms of complete retreat into peace and quiet, regeneration and re-empowerment at all levels. However, the holiday in this hotel can also be active, during spring and summer if you choose to walk long stroll through the beautiful mountain tracks of Stara Planina, swim in the outdoor swimming pool, or during winter to ski or try some other winter sports.



NOVI SLOGAN I AUTOBUSI DO HOTELA

Stara planina od prirode satkana - novi je slogan kojim se promoviše ovaj planinski centar, a uskoro će vikendom do hotela "Stara planina" početi da saobraćaju i "Lastini" autobusi.



i zato se turisti manje odlučuju za ovu destinaciju na kojoj zaista mogu da „napune baterije“, distancirani od vreve i gužve, užurbanosti i stresa sa kojim se svakodnevno suočavaju i tamo pronađu mir i harmoniju kojoj, u suštini, svako od nas teži?

Od mnogih sam čula da je razlog koji ih sprečava da se upute na Staru planinu loš put. Poslednjih 50-ak kilometara, od Knajževca ka vrhu ove lepotice, vrlo često bilo je ključna prepreka koja je izbor Stare planine uvek pomerala na neko niže mesto na lestvici prioriternih destinacija i to je činilo da ovaj put postane „put kojim se ređe ide“. Međutim, važna je informacija da je sada taj put obnovljen, popravljen i zaista unapređen. Sada i sam dolazak do Jabučkog ravništa na kojoj se nalazi fantastičan hotel koji nosi ime svoje domaćice – hotel „Stara planina“, predstavlja prijatno iskustvo koje je zapravo samo uvod i priprema za sve ono što vas u samom hotelu čeka.

HOTEL ZA ODMOR I REKREACIJU

„Stara planina hotel & spa“ obezbeđuje vam sve što je potrebno za pravi odmor, koji može da bude pasivni, u smislu potpunog

povlačenja u tišinu i mir, regeneraciju i ponovno osnaživanje na svim nivoima, jer vam ništa ne odvlači pažnju, dovoljno je samo da se bezbedno prepustite dok drugi brinu o vama. Ponekad je taj osećaj neprocenjiv.

Odmor u hotelu „Stara planina“ može da bude i aktivan, tokom proleća i leta, ako se odlučite za duge šetnje predivnim stazama Stare planine, plivanje u otvorenom bazenu leti ili, pak, tokom zimske sezone za skijanje i druge zimske sportove. „Skijališta Srbije“ su obezbedila i opremila staze najsavremenijom opremom.

Hotel „Stara planina“ je odličan izbor i za porodični odmor, jer za sve članove porodice postoje sadržaji koji čine boravak i više nego prijatnim. Deca mogu da uživaju u odlično opremljenoj velikoj igraonici i roditelji mogu da predahnu i s punim poverenjem prepuste svoje mališane odličnim animatorima. Velika prednost ovog hotela je i ta što je „pet friendly“, te su kućni ljubimci ovde dobrodošli i tako možete da imate osećaj kompletnog porodičnog odmora, bez brige o tome kome da ostavite svoje ljubimce na čuvanje i bez toga da vam tokom boravka nedostaju.

WELLNESS I GASTRO PONUDA

Prostrani fitness i wellness centar je ono što ovaj hotel čini izuzetnim. Posle duge šetnje, skijanja, ili pre spavanja, uživanje u sauni, parnom kupatilu, đakuziju, bazenu sa vodenim slapom, ili opuštanje kroz razne vrste masaža, može da upotpuni vaše dane. Opuštenost i dobar osećaj posle samo jednog sata provedenog u ovakvom prostoru može da potraje i nekoliko nedelja nakon povratka u „surovu realnost“. Odlično opremljena teretana sa najsavremenijim fitness spravama i uz stručno vođstvo trenera i instruktora, može takođe da bude uvod u relaksirajuće iskustvo spa centra.

Gastro odeljak ovog hotela je posebna priča. Pansionski restoran „Balkan“ i *à la carte* restoran „Gondola“, koji okuplja one koji nakon dobre hrane rado uživaju u cigaretama, jer predstavlja pušački deo hotela, primeri su kako je ovaj bitan segment svakog ugostiteljskog objekta doveden do perfekcije. U restoranu „Balkan“, vešti i



iskusni kuvari spremaju hranu pred vama i po vašem izboru, i to je nešto čime se retko koji hotelski restoran može pohvaliti. Naročito što oni to izvode poput igrača sa vatrom i tako spremljena hrana sa puno ljubavi i posvećenosti, aranžirana do najsitnijeg detalja, čini da se radujete svakom obroku, jer iščekujete uvek novo i zanimljivo iskustvo. Veliki izbor jela nacionalne i internacionalne kuhinje, kao i činjenica da se vodi računa i o vegetarijancima i veganima, daje ovim restoranima njihovu izuzetnost. U sklopu pansiona je i konzumiranje alkoholnih pića i to fantastičnih vina – belog, roze ili crvenog – vinarije „Jović“ iz Knjaževca, kao i „Zaječarskog piva“ za one koji odličan ručak ili večeru ne mogu da zamisle bez krigle dobrog piva.

MESTO NA KOJE ĆETE POŽELETI DA SE VRATITE

Hotel „Stara planina“ može da bude odličan izbor za seminare, konferencije, team buildinge različitim organizacijama, udruženjima ili kompanijama i to upravo jer određena vrsta izolacije koju učesnici na ovakvim događajima mogu da imaju, ne može da se ostvari na drugim destinacijama, tako da budu upućeni jedni na druge i da se postigne pravi cilj onoga zbog čega tu dolaze. Tri konferencijske sale, od kojih najveća može da primi do 100 učesnika, stoje na raspolaganju posetiocima hotela koji mogu jedan deo svog boravka u hotelu da posvete poslovnim sastancima, prezentacijama i predavanjima. A nakon toga – relaksacija je zagarantovana.

Hotel raspolaže moderno opremljenim sobama i apartmanima i svojim toplim i mekim

dizajnom svakog detalja doprinosi osećaju pristupačnosti i dobrodošlice – jednostavno se osećate kao kod kuće.

Veliki i prostran hol hotela često bude mesto u kojem se organizuje zanimljiv muzički program i to dodatno čini čitavu atmosferu ugodnom i zabavnom. A kada po dolasku i odlasku iz hotela budete dočekani i ispraćeni od strane predivnog i nasmejanog osoblja sa recepcije i kafea, shvatite da je to mesto na koje želite da se vratite. Ponovo.

Jer, ona nijansa koja čini razliku između vrlo dobrog i odličnog, ona dodatna zvezdica koju svaki hotel dobija u srcima svojih gostiju, jeste osmeh, predusretljivost i vedrina osoblja. Hotel „Stara planina“ tu dodatnu zvezdicu nesumnjivo zaslužuje.

Jelena Jović

Kopaonik – moja zimska destinacija

Kapa, rukavice, skije na ramenima, utabane staze, zimsko sunce i planinski vazduh dovoljni su za početak savršenog dana. Uređene staze, moderne žičare, sadržaji za sve koji vole „zimске radosti“ – sinonim su za avanturu, adrenalin i izazov iskusnih skijaša i početnika, bordera, ljubitelja free ride-a. Za noćno skijanje osvetljene su staze „Malo Jezero“ i „Karaman greben“. Porodice sa decom mogu uživati u raznovrsnim sadržajima snow parka, avantura parka i adrenalinskih sadržaja uz zimске aktivnosti – sankanje, klizanje, pravljenje Sneška Belića, prvim skijaškim koracima u obezbeđenom prostoru „ski vrtića“ sa pokretnom trakom. U sklopu vile Ras nalazi se kutak za najmlađe - izdvojeni objekat Predškolske ustanove „Veselo detinjstvo Raška“ koji pruža usluge celodnevno boravka dece i igraonice.

Planina koja pulsira dobrim provodom u mnoštvu kafića, raznovrsnim specijalitetima kopaoničkog kraja u restoranima, okuplja populaciju svih uzrasta. Sadržaji wellness & SPA centara (otvoreni i zatvoreni bazeni sa relaks zonom, slano-ledene pećine, saune, tepidarijumi, đakuzi kade, parna kupatila, razne vrste masaža...) u savremenim hotelima prilagođeni su potrebama današnjeg vremena i kreirani za trenutak jedinstvenog doživljaja, u cilju postizanja vitalnosti, lepote i harmonije. Veličanstveni izlasci i zalasci sunca i mesta gde svako mora da napravi selfi - oduzimaju dah i predstavljaju jednu od posebnih draži Kopaonika. Planina sunca, „fabrika crvenih krvnih zrnaca“, oaza netaknute prirode pruža neograničenu slobodu misli i pokreta.



Nemanjina 1/2
36350 Raška
036/738 670
036/5471-333
www.raska-turizam.rs
www.lovekopaonik.com



HRANA je odraz našeg identiteta

Šira javnost u Srbiji za njega je prvi put čula 2004. godine, kada je u finalu „Eurosonga“ iz studija u Stokholmu, na tečnom srpskom jeziku dodelio našem predstavniku 12 poena. Jovan Radomir, zvezda nacionalne švedske televizije, napustio je rodni Srbac u BiH sa samo dve godine, ali vezu sa zavičajem nikada nije prekinuo. Naprotiv, on koristi svaku priliku da Balkan predstavi u pozitivnom svetlu – bilo kroz tekstove koje objavljuje u švedskoj štampi ili kroz nesvakidašnji autobiografski kuvar „Moj Balkan – hrana i ljudi“. Kako saznamo, u Jovanovoj „kuhinji“ trenutno se „krčka“ novi kuvar, koji će svetlost dana ugledati na proleće.

Odrastao sam u Švedskoj, tako da je u neku ruku švedski jezik postao moj drugi maternji jezik. Tu sam se školovao i gradio karijeru. U početku nisam imao nameru da radim na televiziji. Studirao sam jezike na Univerzitetu u Geteborgu i planirao da postanem profesor. Međutim, nakon diplomiranja i rada u školi, odlučio sam da napustim grad Katrineholm u kojem sam odrastao i čiji sam danas počasní ambasador. Moj cilj je bio Stokholm i bavljenje muzikom, ali ne kao muzičar, već kao izdavač i producent. Uspeo sam u tome i taj posao me je i doveo do televizije, gde sam počeo da radim reportaže i dokumentarce sa svetskim zvezdama, kao što su *Celine Dion*, *Beyoncé*, *Metallica*, *Iron Maiden*, itd. Uporedo sam bio i voditelj muzičko-zabavnih programa i autor putopisnih reportaža po Africi i Južnoj Americi. Imao sam priliku da par godina radim i kao sportski reporter i voditelj sportskog programa. Još kao mladić igrao sam košarku i fudbal, pa mi je sport, pored muzike, oduvek bio velika ljubav.

Ove godine sam radio i duži intervju sa latino zvezdom *Enrique Iglesias*-om u Majamiju, a imam u planu i par novih muzičkih projekata za švedsku televiziju tokom 2018.



Jovan Radomir, foto: Jan Danielsson

MENI JE SRCE ODUVEK KUCALO
ZA PRAVU PRIČU – DA NAS PREDSTAVIM U
NORMALOM SVETLU BAREM
U ŠVEDSKIM MEDIJIMA.



The public in Serbia heard of him for the first time in 2004, when he, in the name of Swedish audience, gave 12 points to our representative in the finale of "Eurosong" in fluent Serbian. Jovan Radomir, the star of a national Swedish television station, left the home town of Srbac in Bosnia and Herzegovina when he was two years old, but he never broke the relationship with his homeland. On the contrary, he uses every opportunity to present the Balkans in a positive way – either through author articles he publishes in the Swedish press or through the unusual autobiography cookbook "My Balkans: Food and People." As we found out, a new cookbook is in preparation and will be published in the spring.

ŠVEDSKI TRUBAČI U GUČI

U poslednjih par godina vratio sam se dokumentarnom filmu. Prošle godine emitovani su moji dokumentarci o irskom bendu *Thin Lizzy* i jedan o švedskim trubačima koji su pokušavali da se probiju na festivalu u Guči. Bilo je to veoma interesantno putovanje iz Stokholma, preko Surdulice i Beograda do Guče, na kom su sretali razne srpske i romske orkestre i muzičare, uključujući i Gorana Bregovića. Bio je to susret kolega muzičara, ali i prijatelja u jednoj sasvim drugačijoj sredini. Centralni deo je, naravno, snimljen na Saboru trubača u Guči, gde smo Šveđanima dočarali kako se naši muzičari druže, sviraju zajedno, tu gostoljubivost domaćina, s ciljem da uspostavimo drugačiji most između Švedske i Srbije. Napravili smo i muzički lom usred Beograda u Knez Mihailovoj ulici, na veliko zadovoljstvo Beograđana. Ovaj čisto švedski bend, *Superstar Orkestar*, kada u ruke uzme instrumente i zasniva, zapršte emocije uz trube, kao da su rođeni i odrasli u srcu Dragačeva.

Radio sam i intervju sa Goranom Bregovićem. Brega je zapravo vezivno tkivo, dobro poznat svuda u svetu, čovek koji promovise ne samo romsku muziku, već i tradiciju Balkana. U filmu on govori ne samo o trubačkoj muzici, već i o našoj tradiciji i Guči. Bregović predstavlja Srbiju u jednom pozitivnom svetlu, poput naših sportista čijim uspesima se svi mi u dijaspori radujemo. Oni pokazuju ko smo i šta smo.

DVANAEST POENA ZA SRBIJU

Srpska javnost za mene je čula zahvaljujući „Evroviziji“. Imao sam priliku da dva puta prezentujem poene iz studija u Stokholmu. Prvi put je to bilo 2004. godine, kada sam imao mogućnost i da pozdravim naše gledaoce na svoj način (u finalu „Eurosonga“, na tačnom srpskom jeziku saopštio je da je švedska publika dodelila 12 poena Srbiji, preciznije, Željku Joksimoviću za pesmu „Lane moje“ – *prim.aut*).

Bio sam deo „Evrovizije“ više puta i kao reporter švedske televizije. Umešao sam prste i u neke pesme koje su se takmičile (napisao je englesku verziju i uradio *remix* pesme „Molitva“ Marije Šerifović – *prim.aut*), vodio sam emisiju „Evrovizijsko odbrojavanje“ u Moskvi i u Beogradu (zajedno sa Ninom Radulović) i predvodio švedsku ekipu na takmičenju u Beogradu 2008. Prošle godine sam vodio press konferencije i radio intervju sa takmičarima u Stokholmu kada je naša televizija bila domaćin ove svetske manifestacije.

BALKAN U OČIMA ŠVEĐANA

Bivša Jugoslavija mnoge Šveđane još uvek asocira na konflikte umesto na lepe krajeve, gostoprimstvo, duhovite ljude i turizam. Krivci za to su neki mediji i političari na Zapadu. Njima ta slika odgovara, jer imaju o čemu da pišu i raspravljaju. Ali, u poslednjih 10 godina primećujem da se i lepi i zanimljivi tekstovi o nama probijaju do šire javnosti.



Kafana Znak pitanja, Foto: Jovan Radomir



Jovan Radomir i Biljana Marinković
Nacionalni ansambl Kolo, Foto: Bojan Stanić



Beograd, foto: Bojan Stanić

BEOGRAD U SRCU

Obožavam Beograd i trudim se da barem dva puta godišnje posetim ovaj grad. Brojne su reportaže koje sam pisao za razne novine i magazine o čarima Beograda. Taj grad je jedinstven u Evropi, ima sve što čovek može da poželi. Volim i svoj rodni kraj kod Vrbasa i Save – Srbac i Banja Luku.

Meni je oduvek srce kucalo za pravu priču – da nas predstavim u normalom svetlu barem u švedskim medijima. U tome sam i uspeo, jer su moji tekstovi o Beogradu i Srbiji dospeli do najvećih švedskih dnevnih listova, *travel* i *lifestyle* magazina.

Godine 2011. objavio sam za švedsko tržište i autobiografski kuvar „Moj Balkan – hrana i ljudi“. Kuvar se još uvek prodaje na svim švedskim portalima za prodaju knjiga. Mnogi Šveđani su imali priliku da posete Beograd i Srbiju i da osete pravo gostoprimitstvo, a mnogi su i pomoću mog kuvara saznali više o našoj hrani i tradiciji.

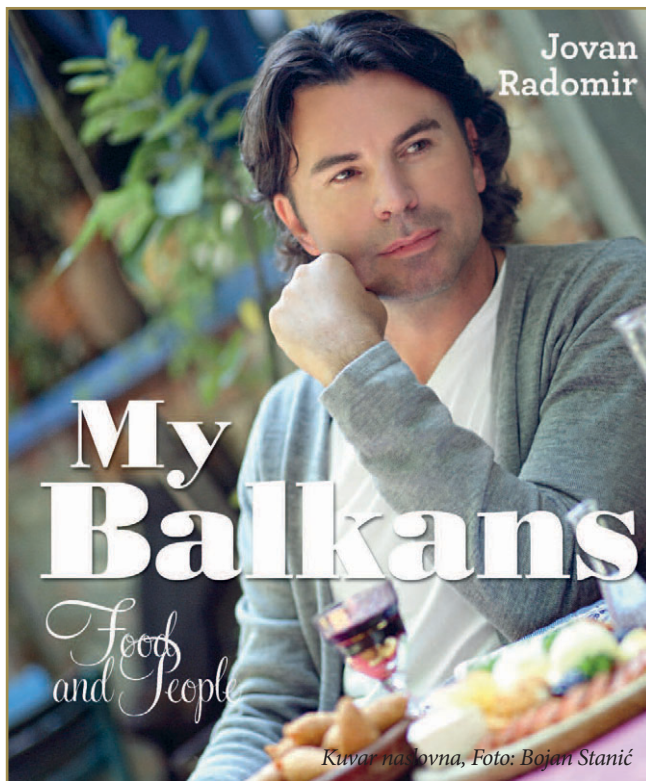
Obožavam kvalitetnu hranu, a najviše volim jela sa naših prostora. To znači da moji prijatelji jedu ono što im ja spremim i što im preporučim. Mnogim Šveđanima je šljivovica poznato piće zahvaljujući prijateljima iz naših krajeva. U švedskim restoranima često možete naći pljeskavicu, čevape, punjene paprike i ajvar. Mnogima ranije možda nije bilo jasno odakle ova jela potiču, ali sada znaju.

U poređenju sa švedskom kuhinjom, naša kuhinja je jača, sa više ukusa i lepih mirisa. Mi smo navikli da jedemo mnogo mesa, a Šveđani baš i nisu. Kod njih je kombinacija na tanjiru jako važna, dok je kod nas bitna količina mesa – da porcija bude bogata.

KUVAR KAO LIČNA KARTA

Prvo izdanje kuvara bilo je izuzetno propraćeno u svim

NAŠI NAJVEĆI ADUTI SU DOMAĆA KUHINJA, DRUŽENJE, VINO, RAKIJA I TRUBE. TO JE ONO PO ČEMU SMO SPECIFIČNI, ŠTO STRANCE NAJVIŠE ODUŠEVLJAVA I PO ČEMU NAS PAMTE.



Kuvar naslovnica, Foto: Bojan Stanić

HRANA I IDENTITET SU TESNO POVEZANI.

ONO ŠTO STAVLJAMO NA TANJIR NAJBOLJE POKAZUJE KO SMO.

HRANA JE NAŠA VEZA SA RODITELJIMA I PRECIMA.



švedskim medijima, jer je reč o prvom kuvaru sa našeg područja u Švedskoj. Prva dva izdanja su štampana i rasprodana na švedskom jeziku, a u prodaji je treće izdanje, što se u Skandinaviji smatra velikim uspehom. Kuvar je štampan i na engleskom i pro-

daje se u celom svetu preko portala *Bokus.com*.

Kuvar je prepun domaćih tradicionalnih recepata, prelepih fotografija autora Bojana Stanića i kratkih informativnih i duhovitih priča o našim običajima. Kao što sam već naveo, cilj mi je

bio da nas u svetu predstavim na pravi način. Hrana i identitet su tesno povezani. Ono što stavljamo na tanjir najbolje pokazuje ko smo. Hrana je naša veza sa roditeljima i precima. Ovim kuvarom sam želeo i da se zahvalim svim mamama i bakama koje su sa sobom u tuđinu ponele naše recepte, običaje i tradiciju i prenosile ih mlađim naraštajima. Uspeo sam da recepte svojih omiljenih jela sakupim i sačuvam u jednoj knjizi. Većina nas koji smo rasuti po svetu zauvek će tu i ostati. Zato je važno da u našim novim „domovinama“ zadržimo lični pečat i da se ponosimo svojim poreklom.

Trenutno završavam novi kuvar, koji bi trebalo da se pojavi na tržištu na proleće. Moglo bi se reći da je u pitanju nastavak prvog kuvara, sa još više ukusnih recepata i duhovitih priča o nama i našim običajima. To će biti kuvar pun nostalgije i lepih fotografija koje će pratiti tekstove i recepte. Posebnu pažnju posvetiću našim vinima i rakijama, koji su stara i lepa tradicija.

Najbrži put do srca vodi kroz stomak. Zato mislim da su naši najveći aduti domaća kuhinja, druženje, vino, rakija i trube. To je ono po čemu smo specifični, što strance najviše oduševljava i

po čemu nas pamte. Nikad ne smemo da prestanemo da širimo pozitivne vibracije. Zaslužili smo lepe reči i lepe priče, i zato mi je uvek bilo važno da strancima pokažem kakvi smo mi zaista.

Biljana Bosnić Ognjenović

CREDO

— restaurant & bar —

Dobro došli na mesto gde se umetnost spaja sa gastronomijom

Dobro došli u CREDO

Chef Nenad Jovanović





ČUVAR

U želji da predstavi Maleziju u ovom delu sveta, Ambasada Malezije u Beogradu je u oktobru ove godine organizovala događaj pod nazivom „Malaysian Delights 2017“, petodnevnu manifestaciju održanu u hotelu Radisson Blu u Beogradu, s ciljem da predstavi autentičnu tradicionalnu malezijsku kuhinju, kako građanima Srbije, tako i strancima koji borave u Beogradu.

Kako je na otvaranju istakao Nik Ady Arman, otpravnik poslova Ambasade Malezije, manifestacija je bila zasnovana na korišćenju univerzalnog jezika mirisa i ukusa da bi se premostile barijere između različitih kultura. Malezijska kuhinja predstavlja jedno od osnovnih obeležja malezijskog načina života i jedinstvenog kulturnog nasleđa, koje su neodvojivi deo doživljaja Malezije.

Izazovni zadatak predstavljanja autentičnog gastronomskog nasleđa Malezije je poveren čuvenom malezijskom šefu, Dato' Ismail Ahmadu, koji se proslavio kreiranjem brojnih kulinarskih recepata i gastro stilova i koga je Vlada Malezije, zbog njegovih zasluga, imenovala za turističkog ambasadora gastronomije ove zemlje.

Imali smo privilegiju da dobijemo ekskluzivni intervju sa šefom Ismailom i saznamo više o njemu i njegovom kulinarstvu.

GASTRONOMSKOG NASLEĐA

- Zovem se Ismail, ali ponekad zaboravim svoje ime, jer me svi uvek zovu „šef“. Potičem iz mesta u Maleziji koje se zove Negeri Sembilan. To je jedna od pokrajina u Maleziji, udaljena pola sata vožnje od Kuala Lumpura, glavnog grada Malezije. Odrastao sam provodeći svoje detinjstvo na selu.

Isprva, nisam ni znao da postoji zanimanje „profesionalni kuvar“. Zapravo, moja baka je bila ta kojoj dugujem svoja prva kulinarska iskustva. Vidite, moja baka i deda su se brinuli o meni od mog trećeg meseca pa sve dok nisam odrastao, pošto su moji roditelji morali da rade. Baka mi je uvek govorila: *“Moraš da naučiš da kuvaš, jer kada mene ne bude bilo, neće biti nikog da kuva za tebe”*. Tada sam i počeo da učim osnove kulinarstva – kazuje šef Ismail i dodaje da je kao dečak bio vrlo nestašan, pravi avanturista, da je voleo da istražuje i isprobava razne ukuse, boju i teksturu hrane koja potiče iz sela u kojem je odrastao.

HRANA JE SVUDA OKO NAS

- Odrastao sam uz tradicionalnu hranu, koja je uglavnom bila bazirana na povrću i dodacima od tropskog voća kojim Malezija obiluje. Namirnica je bilo u izobilju i nisu bile skupe, a jela spremljena od njih su bila veoma raznobojna i vrlo specifičnog ukusa. Neka od tih jela se mogu spremati u velikim količinama ili kombinovati sa mesom. Na primer, postoji jelo koje se sprema sa piletinom i mladim nangka voćem. Tako se dobija jedinstven ukus i gustina.

Sada dok razgovaramo, prisećam se ukusa iz mog detinjstva 60-tih. To je bio vrlo interesantan period iz koga nosim puno uspomena, koje su me formirale kao šefa kakav sam danas.

I naravno, moje nepce je malezijsko – objašnjava. – Mi smo multikulturno i multirasno društvo u kojem svi žive kao jedan narod, međusobno se družu i posećuju za praznike, kada imamo priliku da probamo različite vrste jela iz kuhinja raznih kultura. Svaki put kada ste pozvani u goste, uvek će biti hrane

u kojoj ćete moći da uživajte. U Maleziji, baš kao i ovde u Beogradu, razna jela su dostupna na svakom koraku.

Po završetku osnovne i srednje škole, šef Ismail je napustio rodni grad da bi studirao „hotel catering“ na lokalnom univerzitetu. Od tada, sve vreme se bavio kulinarstvom. Svoju karijeru je započeo u hotelu Hilton u Kuala Lumpuru 1979. godine. Završio je pripravnički program, naučio kako se vodi kuhinja i osoblje, i savladao umetnost pripremanja hrane. Upoznao je namirnice koje nije mogao da pronađe u bakinoj kuhinji, poput začina kao što su: paprika, majčina dušica, ruzmarin, kumin, cimet... kao i namirnica poput raznih vrsta šećera, brašna i krompira. Proširio je svoj gastronomski repertoar sa zapadnjačkom i evropskom kuhinjom, što je, kako otkriva, produbilo njegovo razumevanje gastronomije.

POVRATAK U „BAKINU KUHINJU“

- Posle 10 godina rada u restoranima, nešto se u meni dogodilo. Sećajući se gde sam se, po prvi put, zainteresovao za kuvarstvo, rekao sam sebi da moram da se vratim u „bakinu kuhinju“. I vratio sam se da naučim više o našoj tradicionalnoj kuhinji, jer je Malezija izuzetno bogata različitim vrstama kuhinja i hrane, formiranih pod uticajem različitih kultura i tradicija u raznim oblastima zemlje. Sa željom da doprinesem očuvanju nacionalnog gastronomskog nasleđa, otvorio sam svoj sopstveni restoran – *Rebung*, u kome spremamo tradicionalnu malezijsku hranu poslednjih 16 godina. Kako nam je šef Ismail objasnio, njegov restoran servira specijalitete malezijskog gastronomskog nasleđa, ali i druge specijalitete malezijske kuhinje, koja predstavlja spoj kineske, indijske i kuhinja drugih etničkih grupa.

Kaže da je, iako je veoma zauzet svakodnevnim upravljanjem restoranom, uspeo da napiše nekoliko knjiga kulinarskih recepata. Takođe, kao turistički ambasador malezijske gastronomije, tesno saraduje sa Malezijskom turističkom organizacijom i ambasadama





MOJA FILOZOFIJA

- Morate biti iskreni prema sebi i raditi sa mnogo ljubavi. Tako sam vaspitan. Životna filozofija, kako je ja vidim, je oblikovana prema načinu na koji ste vaspitani u detinjstvu. Za mene lično, najvažnije je da pokušate da razumete ljude i budete iskreni u svom pristupu i namerama. Ja mnogo putujem i predstavljam svoju zemlju od 1989. godine. Sećam se mog prvog putovanja, kada sam posetio Tokio, Japan. Za razliku od danas, tada nam je bilo veoma teško da ubedimo Japance da probaju malezijsku hranu. Još nešto, kada putujete uvek morate da poštuju lokalce. Zapamtite: uvek ih pozdravite prvi, pre nego što oni pozdrave vas.

Malezije u inostranstvu na promociji malezijske gastronomije širom sveta, zbog čega je često na putu. U ovom svojstvu je posetio i Beograd, po drugi put. Šef Ismail navodi da je jedan od razloga što posebno voli Beograd činjenica da su ljudi isto tako topli i gostoljubivi kao u Maleziji.

- Za mene, porodica je takođe veoma važna – rekao je šef Ismail, naglašavajući da obrazovni sistem u Maleziji ne insistira samo na dobrom ponašanju dece, nego i naglašava ulogu roditelja u njihovom životu. Jedan broj dece ostaje sa roditeljima da bi se brinulo o njima mnogo godina pošto odrastu, ponekad i pošto su stupili u brak. - Uvek šaljem novac svojim roditeljima. Ne puno, ali i to je roditeljima potrebno kao znak da ih cenimo i poštujemo.

Njegov roditeljski dom, topla bakina kuhinja puna ljubavi prema ukućanima ali i hrane koju je za njih pripremala, ostavila je dubok trag

na šefa Ismaila tokom njegovog odrastanja. Trag koji se ničim i nigde, pa ni u najelitnijim hotelima, nije mogao izbrisati. Ostala je duboka povezanost sa tradicijom i kulturom, koja je odredila životni i profesionalni put Dato' Ismail Ahmada i učinila ga jednim od najboljih šefova – ambasadora, promotera Malezije i njene nacionalne gastronomije.

LJUDE TREBA HRANITI DOBROM HRANOM I LJUBAVLJU

- Malezija je pravi raj za ljubitelje hrane! Tu ćete naći malajske, kineske, indijske, kao i specijalitete mnogih drugih etničkih grupa. Gde god da se nađete, hrane uvek ima i ne postoji mogućnost da ostanete gladni – kazuje šef Ismail. - U velikim gradovima imate veliki izbor internacionalnih kuhinja – evropske, japanske korejske itd. po veoma pristupačnim cenama. Hrana koja se služi u mnoštvu restorana, na kioscima i na ulicama dostupna je ljudima iz svih društvenih slojeva, pa je pristupačna i onima sa skromnijim budžetom kao što su bekpekeri.

Ističe da je iskazivanje dobrodošlice posetiocima sastavni deo i njihove kulture. To je običaj koji se poštuje i u njegovom restoranu, gde su gosti dočekani i usluženi nevezano za to koliko imaju novca.

- Naša je obaveza da poslužimo ljude dobrom hranom i – ljubavlju. Oni će sigurno doći ponovo i pričati o tome. Verujem da se u životu sve vraća prema zaslugi. Ako pomognete nekom, možete da očekujete da će neko pomoći i vama, nekada čak i generacijama koje dolaze posle vas.

GASTRONOMSKA MULTIKULTURALNOST

- Malajska kuhinja je uravnotežena i sastoji se od više vrsta jela: duboko prženih, pečenih, supa, jela kuvanih na pari, paprikaša, salata, jela od ribe, piletine i mesa, dezerata i još mnogo toga. Jedan od najtraženijih jela u mom restoranu se zove *rendang*. Priprema podrazumeva dug proces kuvanja junetine ili piletine sa dosta kokosovog mleka,



In order to present their country and contribute to overcoming barriers among different cultures, the Embassy of Malaysia in Belgrade organized the event "Malaysian Delights 2017", in Belgrade's Hotel Radisson Blu Old Mill, in October, presenting authentic, traditional Malaysian specialties, which are part of the unique cultural heritage of Malaysia. As pointed out at the event's opening by Nik Ady Arman, Charge d'Affaires of the Embassy of Malaysia, using the universal taste language, they tried to present the richness of Malaysian gastronomy, which is one of the hallmarks of their lifestyle and inseparable part of the Malaysian experience. The challenging task of presenting the authentic gastronomic heritage of Malaysia and their gastronomic culture was entrusted to the renowned Malaysian chef, famous Dato Ismail Ahmad, the well known creator of numerous recipes and gastro-styles, who, thanks to his credit, was promoted to the Gastronomy Ambassador of Tourism Malaysia.

limunske trave, đumbira i korijandera. Vrhunskog je ukusa. Čak i tokom manifestacije „Malaysian Delights 2017“, *rendang* je bio jedno od jela koje se svima svidelo. Svi ga vole, i to ne samo u Beogradu, već i na Zapadu, kao i u ostalim delovima sveta.

Kada je reč o prazničnoj hrani, Malezijci se priključuju proslavama praznika drugih rasa i veroispovesti. Bez obzira o kom se prazniku radi, osim hrane karakteristične za kulturu čiji se praznik i proslavlja, služe se i zajednička praznična jela, kao što je, recimo, *satay* (grilovana piletina ili govedina). Pirinač je naš specialitet. Imamo razne vrste pirinča: malajski *nasi lemak* (pirinač sa kokosom), indijski *bryiani* pirinač i pirinač pripremljen na kineski način. Takođe, tu su i razne vrste jela sa testeninom – *laksa*, prženi *bihun*, *curry mee*, supa sa knedlama i mnoga druga.

Šef Ismail je dodao da je vrlo važno da kuvar ne zaboravi da je istovremeno i nutricionista u svojoj kuhinji. Zato, kada kuva, on uvek koristi sveže namirnice i vredne hranjive sastojke, dodaje limunsku travu, beli luk i antioksidanse, jer je veoma bitno da gosti imaju izbalansiranu ishranu.

- Kada vodite računa o svojim gostima, oni vam se ponovo i sa osmehom vraćaju. Neki od mojih gostiju dolaze u restoran i do 4-5 puta nedeljno. Morate da se pobrinite da im uvek poslužite sveže namirnice i ukusnu hranu. Takođe, morate da računate i na to da su danas ljudi vrlo informisani. Oni znaju šta je za njih dobro a šta nije. Zato je ova industrija veoma osetljiva na potrebe svojih klijenata – konstatuje šef Ismail i dodaje da nije moguće uvek pratiti svoj lični ukus i preference, već se mora ispoštovati i ukus osoba kojima se hrana služi.

- Uvek naglašavam osoblju u kuhinji: ne stavljajte znak dolara u lonac! U lonac stavite kvalitetne namirnice i dobar ukus, a sve ostalo će doći samo po sebi – objašnjava šef Ismail, turistički ambasador gastronomije Malezije, iz koga govori ogromno profesionalo i životno iskustvo.

AMBASADOR NA DELU

U 2018. godini, šef Ismail planira da nastavi da promovise gastronomiju svoje zemlje:

- Nastaviću da promovisem Maleziju, čak i dok sam u Maleziji. Saradivao sam sa



mnogim internacionalno poznatim šefovima putem društvenih mreža. Povezuje nas naša zajednička ljubav prema hrani. Radim i brojne kulinarske programe u Maleziji: TV emisije, radio programe i žive nastupe. Pokušavam da edukujem ljude da kuvaju i jedu kod kuće. S druge strane, jedan broj malezijskih agencija me angažovao da učestvujem u njihovim programima naredne godine. Kuvaću na „Halal Kitchen“ manifestaciji koja će se održati tokom zimskih olimpijskih igara u Seulu.

Što se tiče Srbije, možda je pravi trenutak da se otvori malezijski restoran u Beogradu? Da mogu, rado bih obišao Srbiju u sklopu nekog „food truck projekta“, koji su sada veoma po-

pularni i u mojoj zemlji, jer pružaju mnogim ljudima mogućnost da probaju kvalitetna i pristupačna jela.

Ono što sam svakako primetio tokom manifestacije „Malaysian Delights 2017“ i „Malaysian Culinary Journey“, koja se održala prošle godine, je da lokalno stanovništvo u Srbiji voli malezijsku kuhinju. Obradovalo bi me kada bi neki od srpskih kuvara uključili bar jedno ili dva malezijska jela u svoje menije. Zaista bih želeo da osetim miris nekog malezijskog specijaliteta u nekoj od vaših ulica sledeći put kada posetim Srbiju.

Ljiljana Rebronja
Foto: Predrag Gudurić

„CHEF OF THE YEAR 2017“

Svojom kreativnošću i sjajnim idejama, **Božidar Stefanović**, šef kuhinje beogradskog hotela „Falkensteiner“, učinio je da se ovaj ugostiteljski objekat izdvoji među beogradskim hotelima i svojom jedinstvenom ponudom uvrsti među najbolje. Njegov talenat i umeće prepoznao je i stručni žiri „Ambasadora dobre usluge“, dodelivši mu ugledno priznanje „Chef of the year 2017“, koje predstavlja i zvaničnu potvrdu da njegova zvezda pripada kuvarskom sazvežđu Srbije.

On je mlad, kreativan, veoma posvećen i strastveno zaljubljen u – kuvarstvo. Ta veza je, priznaje, već odavno neraskidiva, otuda toliko maštovitih jela pod uticajem „francuske škole“, toliko pohvala za „najbolji doručak u gradu“, za maštovitu, često inovativnu prezentaciju hrane... za trud koji njegovi gosti prepoznaju i poštuju. Zato je, naprosto, logično pitati Božidara Stefanovića, šefa kuhinje beogradskog hotela „Falkenštajner“:

• *Zašto ste počeli da se bavite kulinarstvom?*

- Interesovanje se za kuvarstvo javilo prilično rano, pa sam zato i upisao Ugostiteljsku školu u Beogradu. Ali moram da priznam da se strast za kulinarstvom pojavila tek nakon što sam počeo da obavljam prve poslove u beogradskim restoranima. Kasnije je veza između mene i ove profesije postala neraskidiva. U početku je izazov predstavljala sama dinamika, raznolikost i mogućnost da istražujem, a kasnije se sve to proširilo na jedan ozbiljan profesionalni nivo za koji je potrebno izgraditi mnoge veštine. Svakako je posle 17 godina, koliko sam u ovoj branši, kulinarstvo i dalje veliki izazov!

• *Koji su vaši uzori? U čemu pronalazite inspiraciju dok stvarate?*

- Danas, iskreno, nemam uzore, ali se s najvećim poštovanjem odnosim prema delima šefova koji su svojim radom pomerili granice profesije i koji su ozbiljne veličine na svetskoj kulinarскоj sceni. Pre svega, mislim na inostrane šefove, počev od Éric-a Fréchon-a, preko nezaobilaznog, sada već klasi-

ka, Alain-a Ducasse-a ili azijske škole, ali vrlo je nezahvalno porediti i nabrajati ih, jer su brojni oni koji su, idući ispred vremena, napravili iskorak u profesiji i postavili zadatke za budućnost. Kako, ipak, svako u različitim periodima razvoja ima neke svoje uzore, mogu reći da je na mene najviše uticala „francuska škola“. Vrlo sam privržen i potencijalu koji pruža naš prostor, a tu mislim na promociju i kreiranje kvalitetne hrane sa kvalitetnim ljudima. Kao što sam i naveo, brojne su škole globalnih trendova, ali klasika je ipak ostala temelj...

Inspiracija je vrlo promenljiva kategorija, ali bez nje se retko šta može dobro i novo stvoriti. Jednostavno, svako kreiranje i svaka inspiracija, pa i u našoj profesiji, polazi od svih pozitivnih stvari koje te okružuju i motivišu. To je i individualna stvar, ali i vrlo povezana sa znanjem o poslu kojim se bavimo. Profesionalnost je već nešto drugo, i u mom poslu ima stvari koje same po sebi nisu toliko kreativne, ali je dobar rezultat na kraju sigurno nešto što te tera da nastaviš i da težiš još boljem.

SPOJ MEDITERANSKE I KONTINENTALNE KUHINJE

• *Koliko dugo radite u hotelu „Falkensteiner“ na poziciji šefa kuhinje i po čemu je kuhinja vašeg hotela specifična?*

- U hotelu „Falkensteiner“ sam od njegovog otvaranja – duže od 5 godina. Jedna od osobenosti ove kompanije je da razvija i gaji koncept koji pokušavamo da prezentujemo našim gostima. To je „Alpe-Adriatic“ koncept, koji sjedinjuje kontinentalnu, alpsku



With his creativity and great ideas, the chief of the Falkensteiner Belgrade Hotel, Božidar Stefanović, put this hotel, with its unique offer, among the best in Belgrade. His talent and skills were recognized by the expert jury of the "Ambassador of Quality Service", giving him the prestigious award "Chef of the year 2017".

kuhinju, bogatu kvalitetnim sirovinama od mesa, divljači, bilja i testenina, sa jadranskom kuhinjom, koja je bogata kvalitetnom ribom i morskim plodovima. Reč je o sjajnom spoju mediteranske i kontinentalne kuhinje, koji je izražen u našim resort hotelima. Što se tiče konkretno Beograda, meni je dopunjen i nekom urbanijom ponudom, te se mogu probati jela sa barskog menija, od burgera i raznih snekova, do dobrih stekova, domaćih testenina i odabranih jela sa lokalnim sirovinama. Pored domaćih, mnogo je i stranih gostiju, i oni su uvek spremni da probaju lokalnu hranu pripremljenu na naš način. Moram da kažem da imamo odlične komentare i da je ceo koncept lepo zaživeo i u à la carte restoranu. U bliskoj budućnosti pripremamo i neke novine u F&B sektoru, ali ne bih da otkrivam o čemu je reč. U svakom slučaju, biće zanimljivo. Što se tiče organizovanih grupa, odnosno banketa, tu je ponuda zaista velika i meniji su kreirani sa mnogo pažnje. Izbor je internacionalni, ima tu i Azije, a najvažnije je da su naši gosti zadovoljni.





• *Hotel „Falkensteiner“ je postao prepoznatljiv po „najboljem doručku u gradu“, ali i po originalnoj i maštovitoj prezentaciji jela. Da li se danas pridaje veća važnost načinu prezentovanja hrane ili njenom ukusu?*

- Doručak je vrlo važan segment u postavljanju standarda u hotelu. Da, kažu da je naš doručak najbolji u gradu, ali i drugi hoteli imaju dobru ponudu. Možda mi za nijansu više pridajemo pažnju, osluškujemo goste i trudimo se da im dan počne nezaboravnim doživljajem kada je hrana u pitanju. Česte su promene, rotacije, način servisa... Stalno osvežavamo ponudu novim i sezonskim namirnicama i to, naravno, ima pozitivan rezultat.

Način prezentacije je danas izuzetno bitan. On govori koliko nam je stalo kako ćemo se predstaviti, koliko su nam važni gosti i koliko

želimo da budu deo naše priče. I to se uvek prepoznaje. Ne mora to uvek da bude skup tanjir i kompleksna dekoracija. Vrlo često ona može da bude i svedena, ali sa dobrom idejom i porukom. Svakako, dekoracija mora da ima smisla i da prati gosta, enterijer, i naravno – hranu. Kvalitet hrane se podrazumeva. To je preduslov za dobro jelo. Bez dobre sirovine i veštine kuvara, a pre toga, dobre prezentacije kolega iz servisa, dekoracija ne znači mnogo. Ali ako uklopimo sve ove aspekte koji deluju jednostavno, iako iziskuju mnogo rada, onda smo uradili pravu stvar!

TIM KOJI POBEĐUJE

• *Koliko ljudi čini vaš tim? Da li će priznanje „Ambasadori dobre usluge“ uticati podsticajno na vaš dalji rad?*

- U mom timu je 16 kuvara, poslastičara i pomoćnih radnika. Moram da naglasim da su to divni ljudi, profesionalci, koji su zaslužni za svaki moj lični uspeh u hotelu. Zaista sjajan tim mladih ljudi. Sa većinom sam počeo da radim u ovom hotelu i posebno me čini srećnim što i dalje saradujemo. Nagrada „Ambasadori dobre usluge“ je ugledno priznanje, kojem dodatnu težinu daje činjenica što ga dodeljuju ljudi iz profesije. Rekao bih da je ovo priznanje od izuzetnog značaja za mene, dobar motiv i pogonsko gorivo za dalji rad.

• *Iskoristila bih priliku da saznamo i nešto novo. Recite mi: koji su to aktuelni trendovi u kulinarsstvu?*

- Postoji više pravaca ili trendova koji se prate u inostranstvu i kod nas: veganska hrana, buđenje nacionalnih kuhinja prilagođenih vremenu, sveža i organska hrana, egzotično zrnevlje, „zero waste“ kuvanje (bez otpada) i molekularno, koje namerno pomi-njem na kraju.

• *Svaki veliki kuvar ima neke svoje male tajne u pripremi jela. Možete li nam, naposletku, otkriti neku vašu kulinarsku tajnu?*

- Tajne se ne odaju. Sledeće godine možda otkrijem jednu, ukoliko ponovo budem proglašen za šefa godine – smejući se dodade Božidar Stefanović, tek da signalizira Stručnom žiriju da ima ozbiljnu nameru da obnovi kandidaturu u 2018.

Biljana Bosnić Ognjenović



NAČIN PREZENTACIJE HRANE GOVORI KOLIKO NAM JE STALO KAKO

ČEMO SE PREDSTAVITI, KOLIKO SU NAM VAŽNI GOSTI I KOLIKO ŽELIMO DA BUDU DEO NAŠE PRIČE. I TO SE UVEK PREPOZNA.

NE MORA TO UVEK DA BUDE SKUP TANJIR I KOMPLEKSNA DEKORACIJA. VRLO ČESTO ONA MOŽE DA BUDE I SVEDENA,

ALI SA DOBROM IDEJOM I PORUKOM.

SIR JAKOG KARAKTERA



ZLATNI SJAJ PLANTAŽA

Davne 1907. godine, na međunarodnoj izložbi vina u Londonu, Crnogorski Vranac je osvojio prvu nagradu. Tačno 110 godina kasnije, na najznačajnijem svetskom ocenjivanju vina, i ponovo u Londonu, crnogorska vinarija 13. jul Plantaže je ove godine dobila niz značajnih priznanja i zlatnu medalju za vino „Stari Podrum Cabernet Sauvignon 2012“. Tako je simbolično zaokružena velika priča o jednom izuzetnom vinogradarskom podneblju, smeštenom između mora, jezera i planina.

Od 1963. godine, kada je na kamenitom Ćemovskom polju pokraj Podgorice podignut impresivan vinograd koji obuhvata čak 23 km², predstavljajući najveći vinograd u jednom kompleksu u Evropi, Plantaže su decenijama predano i istrajno gradile autentičan vinski brend koji u sebi sažima čitavo jedno podneblje i sobom nosi raskošnu moć jedinstvenog „vina sa kamena“.

I u vinogradarstvu i vinarstvu, kao i u životu često, kada napravite veliki korak u budućnost shvatite da ste se, u stvari, vratili - sebi, svojoj suštini i svom korenu. A, upravo to bi mogla biti i suština priče o istorijskom uspehu Plantaža na takmičenju koje u Londonu organizuje „Decanter“, vodeći svetski časopis o vinu (Decanter World Wine Awards DWWA).

Naime, na tom ocenjivanju koje je obuhvatalo čak 17.250 vina iz svih svetskih vinskih regiona, Plantaže su osvojile pet srebrnih i bronzanih medalja (Vranac Reserve 2011, Pro Anima Pinot Blanc 2015, Chardonnay Barrique 2013, Vladika 2013 i Medun 2011), a zlatnu medalju sa ocenom 95 od mogućih 100 poena dobilo je vino iz nove linije „Stari podrum“ - linije koja predstavlja svojevrsan omaž vinogradu na Ćemovskom polju i generacijama ljudi koje su stvarali Plantaže.



Veliki uspeh potvrđen je i na drugim prestižnim takmičenjima tokom 2017. godine kao što su BIWC Sofija, Decanter Asia Wine Awards, International Wine Challenge Vienna, Mundus Vini (Nemačka), na kojima su vina Plantaža osvojila preko 30 medalja.

Međunarodni sudijski žiri na Dekanterovom ocenjivanju u Londonu brojao je 219 članova, a među njima je bilo čak 65 nosilaca prestižne titule „Master of Wine“ (MW) i 20 „Master Sommelier-a“ (MS), kojima su predsedavali Žerar Base (MW MS), Majkl Hil Smit (MW) i Sara Džejn Evans (MW).

PR



Plantaze

2017
Decanter®
WORLD WINE AWARDS

VINA KOJIMA SVET VERUJE



Kuvarar je kao golman

„Biti šef kuhinje je velika stvar i velika odgovornost. Šef je, na neki način, kao golman: svi šutiraju ka njemu – od finansija, direktora, preko inspekcije, do gostiju koji očekuju da dobiju ono što su platili. Oni su najvažniji igrači i najviše šutiraju, a šef mora da se brani dobrom uslugom.“

Otvorio je kuhinje prestižnih ugostiteljskih objekata prestonice: „IN Hotela“, obnovljenog „Metropola“, „Grand Casino“-a, kao i hotela „Crowne Plaza Beograd“, na čijem je čelu kuhinje i danas. Zanimljivo je da je davne 1988. godine upravo u ovom objektu, koji je tada nosio naziv „InterContinental“, **Jovica Nešković** započeo svoju karijeru. Iskustvo je sticao i u Nemačkoj, i u „Vili Jelena“, a danas koordinira timom od 55 ljudi, zaduženih za tri hotelska restorana, room service i velike banke, koji se svakodnevno održavaju u hotelu „Crowne Plaza“.

- Ovde se dnevno u proseku napravi od 1.000 do 1.500 jela, te ne čudi što se u našoj kuhinji godišnje potroši oko 300.000 jaja – slikovito objašnjava šef kuhinje hotela „Crowne Plaza“, koji je osmislio meni i za Gala večer hotelijera, događaj na kojem je naša redakcija najboljima u hotelskoj industriji dodelila priznanja „Ambasadori dobre usluge 2017“.

- Za predjelo smo pripremili miks zelenih salata sa čerijem, pinjolama i grilovanom guščijom džigericom, dok je kao glavno jelo služen lagano pečeni biftek sa pireom od krompira, grilovanim povrćem, sosom od vrganja i sosom od suvih šljiva. Na kraju je išlo iznenađenje: hladno-topli brule „Turistički Svet“, sa svežim voćem i sorbeom od jagoda – otkriva naš sagovornik.

DA LI SMO ZRELI ZA „MICHELIN“?

Pitamo ga: šta je trenutno aktuelno u kulinarstvu i koliko je Srbija daleko od *Michelin*-ovih zvezdica?

- Sve se razvija, pa tako i kulinarstvo. Jeste da malo kaskamo za svetom, ali se dobro držimo i pratimo dešavanja u inostranstvu. Trend je da se namirnice što manje termički obrađuju kako bi zadržale sva svoja svojstva, sa što manje začina i soli, da bi ukus namirnice došao do izražaja. Zato se i ide na organsku, zdravu hranu i to je trend po svim *Michelin* standardima – da bude što više ukusa na jednom tanjiru i da su što sličniji samoj namirnici. Trenutno je u našoj kompaniji jedan *Michelin* šef u hotelu „InterContinental“ u Ljubljani. On je Italijan, zove se Alfredo Russo, i od njega mnogo toga učimo i napredujemo zajedno sa njim – kazuje Jovica Nešković, koji nije siguran da je Srbija spremna za restoran sa *Michelin*-ovom zvezdicom.

- Da bi se u Srbiji otvorio takav restoran, neophodno je da imate i adekvatnu klijentelu. Mislim da još nismo sazreli u tom smislu, jer se razlikujemo od prosečnog Francuza ili Italijana koji se svakodnevno hrani





He opened kitchens of the prestigious hotel and restaurant facilities in Belgrade: IN Hotel, the renovated Metropol, Grand Casino, as well as the Crowne Plaza Belgrade, where he currently works as the main chef of the kitchen. It is interesting that in 1988, exactly at this property, which was then called "InterContinental", Jovica Nesković started his career. He has also gained experience in Germany, and in Vila Jelena too, and today he coordinates with a team of 55 people in charge of three hotel restaurants, room service and large banquets, which are everyday occurrences at the Crowne Plaza Hotel.



u restoranima, jer mu standard to dozvoljava. On ima tu kulturu i očekuje drugačiji doživljaj na tanjiru: da porcija ne bude ogromna, da su to sve mali zalogaji sa više ukusa, dok je naš narod još uvek na neki način „gladan“ i očekuje da porcije budu velike. Međutim, trend u Evropi je drugačiji, ljudi su siti hrane, oni žele doživljaj – hoće više ukusa, više iskustva u hrani. Zato se i koristi veći broj namirnica i pravi se fuzija između različitih kuhinja.

S druge strane, kada inostrani turisti dolaze u Srbiju, otkriva naš sagovornik, oni insistiraju da probaju domaću hranu.

- Stranci žele da probaju sve naše specijalitete: od ajvara, kajmaka, čvaraka, ćevapa, pljeskavica do pečenja... Naša kuhinja je dobra, ukusna, doduše, malo je teža ali im se dopada. Najviše im se, ipak, sviđaju ćevapi i pljeskavice, koji i jesu naš znak prepoznavanja.



NJE LAKO BITI ŠEF

Karijera Jovice Neškovića traje pune tri decenije. Za njega, zaljubljenika u svoju profesiju, ne postoji radno vreme, i u kuhinji, kako kaže, ostaje sve dok posao to zahteva. Pitamo ga: koje su njegove obaveze kao šefa kuhinje?

- Zadatak šefa kuhinje je da napravi dobar tim, da ima dobre kuvare pored sebe, ljude koji su odani svom poslu, koji se trude i daju svoj maksimum da bi se razvijali i postavili sve na svoje mesto. Jer, uspeh ne zavisi samo od pojedinca, nego od celog tima – tvrdi naš sagovornik i objašnjava:

- Biti šef kuhinje je velika stvar i velika odgovornost. Šef je, na neki način, kao golman: svi šutiraju ka njemu – od finansija, direktora, preko inspekcije, do gostiju koji očekuju da dobi-ju ono što su platili. Oni su najvažniji igrači i najviše šutiraju, a šef mora da se brani dobrom uslugom. No, osim dobre „odbrane“, važno je i pratiti rezultate, jer je obaveza šefa kuhinje da drži standarde, ali i da donosi novac za kuću u kojoj radi – otkriva Nešković, poručujući svojim budućim kolegama:

- Ovaj posao je prilično težak i uči se godinama – dok god ste u kuhinji vi morate da sazrevate i učite, da se posvećujete poslu, da napredujete. Usavršavanju nema kraja ukoliko hoćete da budete dobar kuvar i šef. Ako to ne želite, savetujem vam da se ne bavite ovim poslom. S druge strane, ovaj posao je lep, kreativan, dinamičan, zanimljiv i može dobro od njega da se živi. Ali je istovremeno i stresan i pun izazova. To su sve stvari koje ovaj posao čine najtežim, ali u isto vreme i najlepšim na svetu.

Tekst: Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Siniša Živković



Na „KAFANSKOM BRANIKU” SRBIJE

„Madera“ je jedina restoran-kafana „veća“ od svog imena, ali i imena „većeg“ od svojih slavni i poznatih gostiju. Ali, možda je zanimljivija priča o ljudima zbog kojih je ovo zvezdano mesto gastronomije i enologije poznato i u Holivudu – priča o njenim zaposlenima.

Ako hoćeš da te vide, idi u „Ruski car”, da dobro jedeš – otiđi u „Znak pitanja” ili „Tri šešira”... Ali, ako hoćeš sve zajedno: da budeš viđen, poznat i da dobro jedeš, idi u „Maderu”. Jer, samo je jedna kafana u Beogradu veća i od svojih čuvenih gostiju. To je, sine moj, „Madera”! I nakon mnogo godina, sve to što mi je deda, gradski boem koji je znao svaku ulicu po imenima poznatih kafana, izrekao, važi i sad, iako više nema mnogo kulturnih beogradskih kafana, jer su neki sterilni, stakleni lokali pokušali da „isisaju” čuveni „kafanski duh” Beograda.

Samo nekolicina još uvek „stoji” na „kafanskom braniku” Beograda i Srbije, a jedna od najvažnijih je „Madera”. Značajnija i od sebe same, uz goste velikane: Ljubu Tadića, Miljana Miljanića, Šekularca, Dragana Džajića, Bebu Lončar, Lidiju Pilipenko, Acu Obradovića, pisce, novinare, političare... Potom udbaše i njihove doušnike, ali i ambasadore i slavne ličnosti sveta. Za duh legendarne kafane, od slavni gostiju pokušali su da budu „poznatiji” samo oni koji nisu uspeli da se „pelcuju” i ostanu u „Maderi”. Ali, možda je zanimljivija priča o ljudima zbog kojih je ovo zvezdano mesto gastronomije i enologije poznato i u Holivudu – priča o njenim zaposlenima. Onima koji svakog dana i noći rade sve te „male” i velike poslove da bi „Madera” bila slavna i posle osam decenija postojanja, ljudima koji je čine hramom uživanja i opuštanja.

- Mi smo porodica, svih 77 zaposlenih – kaže na početku ko zna koliko puta

prekidanog razgovora menadžer-domaćin **Nebojša Dapčević**.

- Ne bežim od naziva „kafana“ i „domaćin“ koji treba da je uvek tu. Svaka kuća u Srbiji mora da ima domaćina, a i pravih, dobrih kafana nikad dosta. Mi smo kuća koja postoji osam decenija, a 15 godina od kada je nova-stara „Madera” nastavila rad 2003. godine. Uvek smo se trudili da budemo među desetak najboljih restorana u Beogradu. Konkurencija je dobra, jer ima sjajnih, poput „Franša”, „Kalemegdanske terase”, „Durmitora”... Neka mi oprostite što ih sve ne pominjem... Oni nas teraju na još bolji i jači rad. Gosti „Madere” su „razmaženi”, ali to je logično, mi smo ih načinili i „gajimo” da ostanu takvi. Jer to čini naš kvalitet, našu posebnost, po tome smo različiti od drugih. Cilj je da gosti odu zadovoljni i da se uvek vraćaju, a više od polovine su naši stalni gosti.

OBNOVA KULTA I SLAVE

Posebni su i Dan Tana (Dobrivoje Tanasijević), koji je 45 godina vlasnik restorana u Los Angelesu i čiji su saveti, kaže Nebojša Dapčević, bili neoprocenjivi. Kad su započeli sa renoviranjem, potrebno je bilo da obnove i taj „kult”, već „okrnjenu” i do -

sta „iscrpljenu” slavu „Madere”. Tada su dragoceni bili trenuci i sa Ljubom Tadićem, glumačkom legendom.

- Mi u radovima, prašini, a svakog dana dođe pokojni Ljuba Tadić – otpočinje priču Nebojša Dapčević. – Sedne na gajbe od piva, mi mu na nekom rešou skuvamo kaficu, objasnimo šta radimo i gde će šta da bude, a on obično kaže: „Vidim ja, deco, to će da bude dobro”. Bodrio nas je i bio pozitivan, ali se i šalio, na svoj način. Ode, a stalni gosti „Maderaši” ga pitaju šta se dešava, a on pun duha kaže: „Ma ne znam, oni prave neki noćni klub, kazino mislim”. A oni svi na vrata „Madere”. Mi im sve pokazujemo, a mladi arhitekta Bojan Šupeljak objašnjava da je to simbioza starog plana i arhitekta najpoznatijih lokala Beograda – Ike „Floride”. Pokazujemo i kažemo, biće to samo obnovljena, u „novom” ruhu „Madera” – ona vaša, koju toliko volite. „Madera”, posle godina sankcija, ratova, bombardovanja, dugova, morala je da se obnovi ili bi se ugasila, kao mnoge kultne kafane Beograda, zbog kojih je naš grad i bio poznat turistima. Nebojša Dapčević je „Maderu” oduvek gledao kao na „centar sveta”.

- To je tada za nas, beogradske klince u Osmoj beogradskoj gimnaziji, bio „prozor u svet”. Uvek je bio red ispred ulaza, a ako uspemo da uđemo, mogli smo da vidimo Bebu Lončar, Šekularca, Džaju, Miljanića, Miroslava Radojčića...

KAFANSKA ISTORIJA

Kraj kafane „Sablja dimiskija”, po naredbi Miloša Obrenovića, čitav prostor određen je za prodaju baruta, pa je kvart nazvan „Fišekdžijska čaršija”. Potom je na istom mestu nikla kafana „Smederevo”, ali se broj gostiju osrednjeg građanskog reda smanjivao. Tek 1937. godine završena je zgrada današnje „Madere”, a legenda kaže da je jedan gost stigao sa bocom boljeg vina, na kojoj je pisalo „Madeira”. Gosti su, naravno, skratili ime za jedno slovo i srce Beograda je dobilo „instituciju” – „Maderu”.



Nebojša Dapčević: *Donosi ti mora da je uvek tu*



Ana Mladenović, direktorka koja sve vidi



17 vrsta najkvalitetnijih rakija u ponudi



Prvi utisak: Obrazovane i atraktivne hostese Madere



Dejan Stanojević kuvao za filmske zvezde i Emira Kusturicu na Mečavniku



Malo odmora za kuhinjsku postavu



Deo porodice od 77 zaposlenih



Hajatova škola, šef smene Dušan Aleksić



Mlade snage Madere



Od konobara do šefa smene: Radenko Vulović



Somalijer Saša Ilić
U ponudi 250 etiketa vina iz čitavog sveta



Sve ide kao podmazano - na pultu



Фудбалско дружење: После меча Велика Србија - Српски мач 1913. године у кафани "Сабља димскија" (садашња "Мадера") приређен је банкет за све учеснике

SVE TAJNE „MADERINOG PARLAMENTA“

„Madera“ je za Beograd ono što je „Maksim“ za hedonistički Pariz, „Stolovaja 57“ za Moskvu, „Mama Leone“ za Njujork, „Savoj“ za London, „Den Tanaš“ za Los Anđeles... (pisao je Pero Zlatar). „Maderaši“, stalni gosti, uvek su imali svoje rezervisane stolove: u sali, bašti i za noć. Kad bi se priče sa tih stolova sabrale, tvrdio je Miroslav Radojčić – čuveni novinar „Politike“, dobili bismo tomome najuzbudljivijih romana. Nekada je i Mirjana Marković, moćna supruga Slobodana Miloševića, pratila o čemu se priča u „Maderi“, piše poznati novinar „Politike“ Dobrivoje Bobi Janković u svojoj knjizi „Šta kaže Madera“. „Maderaši“ i sada gaje kult stolova: 26, 35 i 91, a „tajne“ prepričavaju među sobom: Dan Tana, Bobi Janković, Slava Đukić, Miloško Pantić, Bata Radović, Ivko Plećović, M. Mrvić i tako u nedogled... dok bude postojala „Madera“.

- Proveo sam kasnije 17 godina u Belgiji, imao svoj restoran, kada me je pozvao Zoran Lazarević i rekao da sa Zoranom Lukovićem (vlasnik restorana „Verdi“) obnavljaju staru „Maderu“. Nisam dugo razmišljao, jer su me sećanja iz mladosti i nostalgija „vukli“ nazad u Beograd, a bio je i izazov – priznaje Nebojša.

„MADERA“ I LJUBA TADIĆ

Mladi arhitekta Bojan Šupeljak, čiji je otac bio stalni gost „Maderе“, osetio je šta žele. A to je „rimejk“ stare „Maderе“ na nov način, da bude luksuznija, modernija, ali opet ona „stara“. Imali su fotografije kako je „Madera“ izgledala u najboljim godinama. Želeli su nov kvalitet na stari način, a to su i dobili. Tu su savetima pomogli Dan Tana i pogotovu Ljuba Tadić:



Bašta u letnje doba

„Deco, morate da premestite toalete. Kad pođe neko stepenicama u toalet, svi znaju gde ide i koliko je pijan. A od starih sijalica, kad vidi sebe u ogledalu, svaka žena izađe iz toaleta i sale prestravljena. Loša svetla ne skrivaju ništa, a dobra, mnogo toga. Posavetujte se sa mojim stručnjacima u pozorištu kakva rasveta vam treba, da svi izgledaju mladi, lepi i trezni“.

- I poslušali smo iskusnog barda našeg glumišta, mnogo smo mu zahvalni – priča sa setom Nebojša Dapčević i nastavlja:

- Ovde mora da uđe 200 gostiju dnevno da bismo finansijski bili „na nuli“, to je veliko breme. Srećom, renoviranjem smo dobili malo više mesta u sali, pa se pokrивamo kad je „oseka“ gostiju. Ali, kvalitet mora da ostane na najvišem nivou. Inače, od nas retko odlaze naši zaposleni. Pomognemo, dajemo pozajmice za stanove, učešće za nameštaj, školarine za decu, omogućimo veze za lekare. Ljudi to vide, pa još više rade, jer se mi trudimo oko njih, a oni tako vrate „Maderi“, a ne meni ili direktorki Ani Mladenović, koja o svemu brine. To vide i mladi koji su „na sezonskom ugovoru“, pa se trude da uđu u stalnu postavu. Često dolaze stalni gosti i kažu: „Doktor mi je prepisao recept – tri dana nedeljno *Maderе*“. To je duh „Maderе“, da se osećaju kao kod kuće – jasan je Nebojša.



Recept "Madera tri dana nedeljno" - raspoloženi gosti



Uštipci a la Madera

ZAPOSLENI SU DUŠA „MADERE“

- Menjaju recepte jela po svom ukusu, što je recimo nezamislivo u svetu. Jer, prati se linija jela koja je šef kuhinje propisao i on odgovara za „svoju hranu“. Ali mi im izlazimo u susret kad god možemo, ali i kad ne možemo, mađa u kuhinji uvek nedostaje pet minuta – iskren je zamenik šefa kuhinje **Dejan Stanojević**. Kuvar koji je kuvao svetskim filmskim zvezdama na festivalu „Kustendorf“ i našem čuvenom režiseru Emiru Kusturici.

Sve što se dešava na pultu, u „razmeni“ kuhinja-konobari, izgleda kao zbrka šifara, naredbi i narudžbi, ali sve teče kao podmazano. Za to su bitni i ljudi koji brinu o svemu i kad Nebojša nije tu. **Ana Mladenović**, direktorka restorana i dva šefa smene – **Dušan Aleksić** i **Radenko Vulović** imaju

sve pod kontrolom. Odmorno osoblje stiže na svakih dva sata, ne bi li predupredili umor i greške. Jer, nije lako izaći na kraj sa dnevnom ponudom više od 200 jela, 200 etiketa pića, ali i 250 vrhunskih vina, naših i iz sveta.

Somelijeri **Saša Ilić** i **Miloš Tapušковиć** zaduženi su da obogate boravak u „Maderi“ predlozima za destilate i vina, iako su svi konobari dobri poznavaoici. U ponudi je stalno pet vrsta vrhunskih rakija od šljive, šest od kajsije, šest od dunje i kruške. „Madera“ je poznata po izboru svetskih, ali najpre domaćih vina, gde svakodnevno imaju 20 do 25 domaćih etiketa prvoklasnih vina u ponudi.

TURISTIČKI „MAMAC“ BEOGRADA

A za prvi utisak zadužene su obrazovane i atraktivne hostese „MADERE“. Jedna od njih, **Marija Mijić**, govori grčki i engleski, pleni osmehom, ali i pozitivnim stavom, čime ona i koleginice, kaže, odobrovolje svakog gosta. Ako i nema rezervaciju, pokušavaju da mu izađu u susret. Kada je počinjala, pre par godina, seća se jedne anegdote. Ambasada Španije sa ambasadorom na čelu je nešto slavila i pošli su za njom, da ih povede do

FRANCUSKA VINA

– Pitali smo se zašto gosti manje naručuju sjajna francuska vina, iako se ne razlikuju po cenama od ostalih. I otkrijemo da je problem francuski jezik, jer se boje da u društvu, pred damama ili poslovnim partnerima, naruče vina komplikovanih imena. Transkribovali smo sve na srpski, kako bismo gostima olakšali narudžbu i spasli ih muka oko francuskog izgovora – rekao je Nebojša Dapčević.

stolova. Poređali su se kao pilići, a ona još uvek nije znala tačan raspored gde da ih smesti. U večernjim časovima, kroz prepunu baštu „MADERE“, obišli su čitav krug i ponovo stigli do ulaza, gde su joj tad pomogle starije koleginice. Bilo je simpatično, nisu se ljutili, već to prihvatili kao šalu, koju je dodatno izgadio menadžer flašom arhivskog vina.

Ljubiša Jovanović, koji 33 godine radi kao konobar, pamti staru „MADERU“ i objašnjava privrženost svih zaposlenih:

- „Madera“ je dokaz da novo i staro može da se spoji, da zaposleni, kao porodica, osećaju i rade kao da to čine za svoju kuću. A za svoju kuću uvek radiš najbolje, zato ću i da odem odavde u penziju – iskren je Jovanović.

- Svesni smo da turistički obogaćujemo Beograd, zato i želimo da svi ponesu dobre uspomene na boravak u Srbiji i jedan mali deo tog čudesnog duha „MADERE“ u svom srcu, ne bi li se vratili – rekao je na kraju Nebojša Dapčević, domaćin kafane „veće i od sebe same“.

Tekst: D.K. – I.

Foto: V. Marković



"Madera" is the only restaurant "bigger" than its name, and also the name "bigger" than its famous and well-known guests. But perhaps could be interesting a story about the people who made this starry place of gastronomy and oenology also known in Hollywood – a story about its employees.

JELA PRIPREMAM S UŽIVANJEM!

Ove godine hotel „Majestic“ (čitaj „Mažestik“), jedan od najstarijih hotela u Beogradu, obeležava osamdeset godina od otvaranja! U prethodnim brojevima ispričali smo sve što je bilo važno za istoriju hotela, ali ono gotovo najvažnije – ostavili smo za kraj: priču sa Nefitom Bilalijem, dugogodišnjim šefom kuhinje ovog hotela, koji je kuvajući za zvezde, poznate javne ličnosti, goste sa svih kontinenata... i sam ispisivao istoriju „Mažestika“.



Nefit je vrlo prijatan, pristupačan, duhovit i harizmatičan, što smo shvatili već posle prvih nekoliko rečenica, kao i to da svoj posao obavlja predano i s ljubavlju. Završio je Ugostiteljsko-turističku školu u Beogradu i specijalistički kulinarski ispit. Mnogo je naučio radeći u inostranstvu, a osmaesetih godina je postao stipendista „Mažestika“, da bi od 1985. godine dobio stalno zaposlenje u hotelu. Od 1994. nosi zvanje šefa kuhinje.

DEVEDESETIH I DANAS

Saznali smo da se od devedesetih mnogo toga promenilo u gastronomskoj ponudi hotela „Mažestik“ i da je to prevashodno rezultat tražnje klijentele, uticaja sa zapada, ali i umeća šefa kuhinje. Tako su se krajem prošlog veka u jelovniku „Mažestika“ mogle

naći razne slane i slatke poslastice, koje Nefit danas naziva „pomalo zaboravljenim jelima sa kojima se išlo na takmičenje“: langust „Belvi“, smuč „Belvi“, hladan rozbif, turban od rozbifa, pastrmka u aspiku, fazan u gnezdu, hladan teleći frikando, pileće belo „Lep izgled“, goveđi sote „Stroganov“, mus od gušćje džigerice, punjena jaja sa kavijarom, goveđi file „Kolber“, špargle u „Holandez“ sosu...

Nekad je osoblje „Mažestika“ izlazilo u baštu i pred gostima seklo i pripremalo meso. Međutim, od 2000. godine nastupa period prilagođavanja novim svetskim trendovima, počinju da se pripremaju razni sosovi, premazi, kanapei, mali sendviči „u zalogajčićima“... Nefit veruje da je prvi u Beogradu ispred hotela stavio tablu sa

ponudom specijaliteta, sa cenom i sastavom jela - 2005. godine. Dve godine pre toga, Nefit je proveo dve sezone na Malti, gde je naučio recepte za mnoge zanimljive poslastice.

- U današnje vreme, gosti najčešće naručuju piletinu u gorgonzola sosu, grčku salatu, pesto sos, razne sireve... U našem meniu vlada ravnoteža između ponude i tražnje. To se menja kad radi više kuvara, pa ima više zamisli i inovacija - kaže Nefit.

Uz ovo, na jelovniku „Mažestika“ danas možete naći i punjeni ćureći file sa grilovanim povrćem, biftek sa grilovanim povrćem, pileći stek, fefer stek, jagnjeću kapamu, goveđi gulaš, sarmice - kad je sezona, trenutno imaju sarmu, riblji paprikaš, teleći kotlet na rukoli, ramstek sa rukolom



This year, "Majestic" hotel, among oldest hotels in Belgrade, celebrates its 80th anniversary! In the previous issues, we have told everything that was important for the history of the hotel, but maybe the most important thing – we left for the last: a story with Nefit Bilali, the longtime chef of this hotel, who by cooking for the stars, well-known public figures, guests from all continents... has been writing the history of the "Majestic".

i čorbast pasulj za koji Nefit napominje da nijedan od restorana internacionalne kuhinje nema u ponudi. Što se tiče ribe, u ponudi je: losos na žaru, orada na žaru, pastrmka, somovina... Utorkom i sredom služe teleća rebra, a četvrtkom i petkom jagnjeće pečenje, što se pokazalo veoma popularnim, jer mnogi gosti već po navici dolaze na ove specijalitete.

- Imamo i vegeterijanski meni. Na jelovniku za svaki seminar koji se održava u našem hotelu, ili kad nam dolazi određena klijentela, obavezno gostima nudimo i rižoto, pečurke, povrće, supe i potaže - dodaje Nefit.

Od slatkiša, na meni karti „Mažestika“ su, između ostalog, „Mažestik“ šnit, torte: „Napoleon“, „Ana“, „Esterhazi“, Jafa i Nugat; Lešnik bomba, „Čokoladna kraljica“, komadne poslastice sa pistaćima, „Mažestik“ karamel, kranč itd.

STRANCI VOLE SRPSKU KUHINJU

Od Nefita saznajemo da stranci najčešće naručuju meso. Prvenstveno ćevape, jagnjeće pečenje, Karađorđevu šniclu, leskovačku mućkalicu, a vole i teleću i jagnjeću čorbu.

- Ponekad na meniju imamo i fotografiju određenog jela. Jednom prilikom se desilo da se izvesni Turčin žalio, jer pored orade nije dobio čeri paradajz koji je video na fotografiji. Zatevao je da se donese, a mi smo mu ispunili želju - kroz osmeh se priseća Nefit i dodaje:

- Pojedini gosti ne vole kad im se



„šara“ po tanjiru, u smislu vizuelno-dekorativnih tačkica i linija, a mi kuvari često koristimo aćeto balsamiko – jestivi ukusni aromatični preliv kojim popunimo praznine belog tanjira.

JEDNOM KUVAR – UVEK KUVAR

Pored šefa kuhinje, kuhinjsku brigadu hotela „Mažestik“ čine još tri kuvara. Jedan od njih je Nefitov sin Devin, koji ovde radi poslednje tri godine.

- Tim koji će predano raditi sigurno vodi ka uspešnom poslovnom napretku. Zdrava radna sredina je imperativ - smatra Nefit.

Ako se desi da gost traži nešto što nema na jelovniku „Mažestika“, osoblje kuhinje se potruđi da mu izađe u susret. Naravno, ako je to izvodljivo.

- Kuvar mora da bude preduzimljiv, da ima viziju i da dobro



Biftek šefa kuhinje



Punjeni ćuraći file sa grilovanim povrćem



Čokoladna kraljica



Lešnik bomba

razmisli kako će određeno jelo izgledati, ali i da zna kome da ga plasira. Kuvar uvek mora da razmišlja o poslu. Inovacije zavise od njegove kreativnosti i umeća, ali i od potražnje i, ako gost zahteva nešto vrhunsko, tada majstorstvo dolazi do izražaja. Iskreno, mogu reći da sam sebe pronašao u ovoj dis-

ciplini. Sva jela pravim s uživanjem. Verujem da svaki šef voli da ima posla u kuhinji. Da treba da počnem ispočetka, opet bih bio kuvar – sa sigurnošću velikog majstora svog zanata istakao je Nefit Bilali, šef kuhinje hotela.

Dušan Veselinović

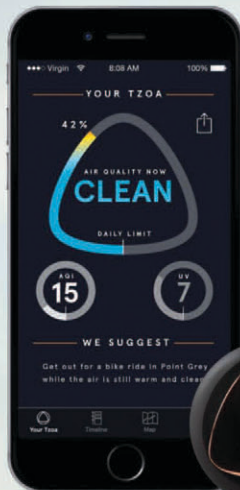
DA LI STE SPREMNI ZA SPA I WELLNESS REVOLUCIJU?

Trendovi spa i wellness industrije za naredne godine predviđaju kako očekivane tako i neke prilično revolucionarne promene, koje će otvoriti mogućnost spa centrima da ponude nove usluge, sve u cilju održavanja i unapređenja fizičkog i psihičkog zdravlja ljudi. Sve veća zabrinutost zbog posledica korišćenja toksičnog mastila za tetovaže, usloviće veću zainteresovanost za njihovo uklanjanje, u kombinaciji sa neizostavnim detox tretmanima. Životinje će se sve više koristiti u terapijama mentalnog zdravlja, kao i kupanje u vodi ekstremno niske temperature. Naučnici rade i na stvaranju jedinstvene oznake za svaki od izvora termalnih voda, ali i na ličnim sensorima za upozoravanje na zagađenost sredine. Neki manje poznati termini, koji se odnose na autonomni odgovor senzornih meridijana i zdrave opcije stimulisanja moždanih funkcija (kreativnosti, pamćenja...) zaokupljaju sve veću pažnju šire javnosti.

DETOX

Uprkos činjenici da se mastilo koje se koristi za tetovaže ubrizgava u telo, upotreba te obojene tečnosti još uvek nije regulisana zakonom. Prema rezultatima nedavnog istraživanja Evropske Hemijske Agencije (ECA), veruje se da mastilo za tetovaže ima kancerogeno dejstvo i to najčešće na reproduktivne organe, s tim što mastilo crvene boje stvara najveće probleme. Ako tome dodamo da oko 20 odsto odraslih osoba na Zapadu (od kojih 35 odsto mlađih od 30 godina) ima tetovažu na svom telu, može se predvideti da će uskoro ljudi koji brinu o svom zdravlju, a imaju tetovaže želiti da ih uklone. Spa centri su idealna mesta da se ponudi ovakva usluga uz dodatni detox tretman, koji bi trebalo da filtrira teške metale iz organizma.

Popularnost tretmana detoksikacije raste, jer osim „zagađivača“ koje unosimo u organi-

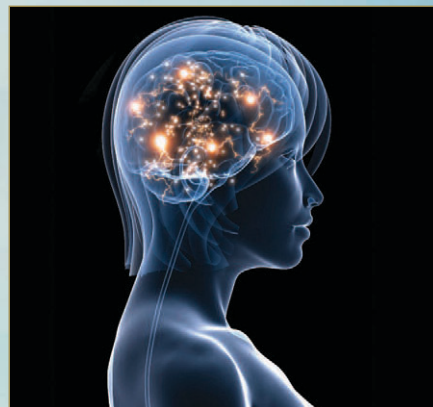


zam, ozbiljne probleme stvaraju i oni koji dolaze iz spoljne sredine. Naime, prema podacima iz nedavno objavljenog "Air Quality Model" istraživanja, koje je sproveda Svetska zdravstvena organizacija, više od 92 odsto svetske populacije udiše vazduh koji ne odgovara osnovnim zdravstvenim standardima. Vazduh u zatvorenim prostorima je 14 puta toksičniji od onog spoljašnjeg.

Čestice plastike, kojih ima u vodi i vazduhu izazivaju ozbiljne zdravstvene probleme, a nanočestice plastike nalaze se čak i u hrani. Predviđa se da će u bliskoj budućnosti svako nositi lične senzore za zagađenost okoline, koji će se uključivati kada uđete u oblast ili zatvoreni prostor sa visokim nivoom toksina u vazduhu.

BLAGOTOVORNA STIMULACIJA

Interakcija sa životinjama ima dokazano pozitivne efekte na zdravlje – niži krvni pritisak, povećanje nivoa endorfina i smanjenje fizičkog osećaja bola. Takođe je dokazano blagotvorno dejstvo kod mentalnog zdravlja, odnosno smanjenja anksioznosti, osećaja izolovanosti i usamljenosti. Kako spa centri traže načine da ponude usluge u oblasti mentalnog wellbeing-a, očekuje se sve veće uključivanje životinja u terapije (pored



Spa trends for the next year predict some expected and some quite revolutionary changes, all in favour of human health, both physical and mental. Growing concerns about the safety of tattoo inks will make an increase in tattoo removal combined with detox treatments. Animals will be used more in mental health therapies, as well as extreme bathing practices. Also, scientists work on a creation of biofingerprint for each water source and personal pollution sensors for avoiding toxic spaces. Some less known terms are catching people's attentions like Autonomous Sensory Meridian Response and healthy Nootropics.



pasa i mačaka, najnoviji svetski hit su svinje!). Spa centri, kao što je „Miraval“, već su uveli terapije sa životinjama u pomaganju ljudima da povećaju samosvesnost i lični razvoj, a tu mogućnost najviše imaju spa centri sa većim prostorom na otvorenom.

Sve češće se na Zapadu čuje skraćenica ASMR, što bi u prevodu značilo „autonomni odgovor senzornih meridijana“, a objašnjava se kao ugodno golicanje ili jeza koja počinje od vrha glave i širi se kičmom na dole. Ova senzacija može se izazvati tihim zvucima, kao što su šaputanje, zvuk gužvanja papira ili zveckanje određenim predmetima, kao i nežnim laganim dodirima sa, na primer, četkom za kosu ili milovanjem. Ljudi sve više traže ovakvo iskustvo i YouTube je prepun ASMR videa u kojima se koriste zvučni izazivači. „Whisperlodge Spa“ u Njujorku, otvoren prošle godine, nudi tretman u kojem terapeuti gostima (koji nose povez na očima) šapuću na uvo, dodiruju ih nežno četkicama za šminkanje, šušljaju papirima pored glave ili čak crtaju kredom pored njih kako bi stvorili ovo prijatno nadražujuće osećanje. Izazivanje ASMR osećaja utiče na opuštanje, oslobađanje od stresa i poboljšanje kvaliteta sna. Ukoliko je popularnost određenog tipa videa na YouTube-u pokazatelj interesovanja javnosti (jedan ovakav video imao je 2.6 miliona pregleda u prvoj nedelji!), onda

je nesumljivo da će ovo postati ozbiljan trend.

Još jedan od nedovoljno poznatih pojmova *nootropics* – šire definisan kao grupa supstanci koje poboljšavaju kognitivni kapacitet pojedinca, privlači pažnju poslovnih ljudi, ali i akademika. Ove supstance mogu poboljšati mnoge moždane funkcije, od mentalnog fokusa do kreativnosti i pamćenja. Kofein i kokain spadaju, takođe, u ovu kategoriju stimulatora, ali sada se pojavljuju druge opcije koje su legalne i ne dovode do (fatalnih) neželjenih efekata. Zdravi stimulatori se koriste vekovima u tradicionalnoj kineskoj medicini i ayurvedi, a sada se za njih sve više interesuju i ljudi na Zapadu. Spa centri mogu da ponude programe za unapređenje moždanih funkcija, gde će spa centar biti partner od poverenja kada je u pitanju ponuda kvalitetnih sastojaka sa dokazanim efektima. Poznati svetski spa brend „Six Senses“ već radi na projektu koji će koristiti prirodne izvore *nootropics*-a u kombinaciji sa programom vežbanja disanja, opuštanja i dijetetike kako bi se unapredilo zdravlje mozga.

VODA JE LEK

Sa sve većom popularnošću programa kao što je „Wim Hof“ metod, koji promovira izlaganje tela ekstremno niskim temperaturama i napredne tehnike disanja za zdravlje i otpornost organizma, predviđa se da će sve više

ljudi biti zagrejano za ideju o kupanju u hladnoj vodi. Istraživanja su pokazala da izlaganje ekstremno niskim temperaturama ima brojne uticaje na zdravlje, uključujući ubravanje metabolizma, smanjenje zapaljenja i osnaživanje imunog sistema. Takođe, pomaže kod podizanja kvaliteta sna, proizvodnje hormona sreće endorfina i ima blagotvorna dejstva pri lečenju anksioznosti, depresije i posttraumatskog stresa. Kad se radi o primeni, ovakvo kupanje se mora sprovoditi oprezno i pod nadzorom terapeuta, te su spa centri idealna mesta za sprovođenje ovih terapija.

Pored hladne vode, naučnici se bave i termalnim izvorima. Kao što svaki pojedinac ima jedinstven DNK, tako i prirodno termalna voda ima jedinstveni mikroflorni DNK – ili mFDNK. Grupa naučnika, na čelu sa dr Marc Cohen sa RMIT Univerziteta u Australiji i dr Vincenzo Romano Spica sa Univerziteta u Rimu rade na mapiranju mFDNK voda širom sveta, kako bi napravili jedinstvene oznake za svaki termalni izvor. Ove oznake će uključivati podatke o fizičkim, hemijskim i biološkim svojstvima vode, što će imati praktičnu primenu. Kategorizovanjem toplih izvora i identifikovanjem benefita i najboljih načina primene sa svaku od vrsta, Spica se nada da će pomoći ljudima da samostalno pronađu najbolji tip vode za određeno lečenje.

Marija Obradović



"ZDRAVSTVENI TURIZAM, PERSPEKTIVE I GRANICE"

U organizaciji Medical Spa Asocijacije Crne Gore i Klastera zdravstvenog turizma Crne Gore u hotelu Splendid u Bečićima, u oktobru 2017. godine, održana je 6. međunarodna konferencija pod nazivom "Zdravstveni turizam - perspektive i granice". Sastavni deo konferencije bila je i dodela godišnjih nagrada "Montenegro Spa & Wellness Award" najuspešnijima u 2017. godini, a proglašen je i prvi wellness ambasador Crne Gore.



Već šest godina zaredom, u hotelu Splendid, Medical Spa Asocijacija Crne Gore i Klaster zdravstvenog turizma Crne Gore domaćini su svojevrsnog samita zdravstvenog turizma, u okviru kojeg se već četvrtu godinu zaredom dodeljuje prestižno priznanje "Montenegro Spa & Wellness Award" najuspešnijima u oblasti zdravstvenog, wellness i spa turizma. Tema ovogodišnjeg samita bila je „Zdravstveni turizam – perspektive i granice“, a okupila je ugledne stručnjake – teoretičare i operativce iz regiona koji su svojim izlaganjima na temu savremenih wellness i spa konceptata, edukacije kadrova, kineske tradicionalne medicine, prirodnih faktora u prevenciji i rehabilitaciji, šumskih kupatila,

sertifikaciji i akreditaciji, medicinskom wellness-u, EU projektima vezanim za razvoj zdravstvenog turizma itd., ovom samitu dali svoj značajan doprinos. Predstavili su se brojni autori, među kojima: dr Miljenko Bura (Hrvatska), Peđa Filipović, dr Gorana Isailović, dr Ana Žikić i Ljiljana Rebronja (Srbija), prof. dr Bistra Dimitrova (Bugarska), dr sci Marina Delić, dr Miloš Lukić, mr sci dr dušan Nenezić (Crna Gora) i drugi.

Prema rečima **Vasilija Vlatka Stjepovića**, direktora Klastera zdravstvenog turizma Crne Gore, ispunila je očekivanja organizatora, jer je donela mnogo zanimljivih priloga, novih ideja, otvorila brojna pitanja vezana za zdravstveni turizam i nedvosmisleno potvrdila, prvo, da Crna Gora ima izuzetan potencijal i za medicinski i za zdravstveni turizam i, drugo, da je izvoriste budućnosti turizma generalno, pa i u Crnoj Gori, u ove dve najbrže rastuće i najperspektivnije grane turizma. Veliki broj respektabilnih privatnih stomatoloških ordinacija, kao i ordinacija za estetsku hirurgiju, futuristički opremljenih, sa odličnim kadrovima koji pružaju vrhunski kvalitet usluge i cenovno konkurentnih – vredan su potencijal Crne Gore, a medicinske usluge koje ove ordinacije mogu da

ponude gostima uz kvalitetan paket turističkog boravka – dobitna su kombinacija za crnogorski turizam. Da se konačno nešto menja u odnosu države prema zdravstvenom turizmu, dokaz je, istakao je Stjepović, raspisivanje tendera za izradu ključnog dokumenta - Strategije zdravstvenog turizma Crne Gore, za koji je dobar temelj izradio upravo Klaster zdravstvenog turizma.

Na samitu su dodeljene i godišnje nagrade Medical Spa Asocijacije i Klastera zdravstvenog turizma Crne Gore, po oceni stručnog žirija, najuspešnijima u 2017. godini. Između ostalih, nagrada "Montenegro Spa & Wellness Award 2017" dodeljena je i časopisu "Turistički Svet" za promociju zdravstvenog, wellness & spa turizma u regionu, a osnivač i spiritus movens Wellness akademije Peđa Filipović promovisan je u prvog wellness ambasadora Crne Gore. Prema rečima Vlatka Stjepovića, na ovaj način Peđa Filipović je dobio zaslužen javno priznanje kao kreator prvog Montenegro Mediteran wellness koncepta još 2005. godine, koji je 2017. kreirao još jedan inovativni koncept za Institut Dr Simo Milošević u Igalu.



The 6th international conference entitled "Health tourism - perspectives and borders" was held in October 2017, at the Splendid Hotel in Bečići, organized by the Medical Spa Association of Montenegro and the Cluster of Health Tourism of Montenegro. An integral part of the conference was the annual "Montenegro Spa & Wellness Awards" ceremony for most successful companies and individuals in 2017, and there was also declared the first wellness ambassador of Montenegro.

VRHUNSKI KVALITET, SIMBOL PRESTIŽA

Mary Cohr je francuski profesionalni aromaterapijski kozmetički brend, prisutan samo u prestižnim salonima širom sveta. Brend ima kompletan i specifičan asortiman tretmana i proizvoda za negu koji zadovoljavaju sve potrebe klijenata za negovanim izgledom. Tretmani su zasnovani na upotrebi ekskluzivnih aparata za unošenje aktivnih sastojaka, kao i manuelnim tretmanima za maksimalne efekte na koži i jedinstvenu relaksaciju.

Mary Cohr je prvi profesionalni brend koji je kreirao najprirodnije moguće tretmane: GMO free, bez hemijskih filtera i sa mirisima koji su kompatibilni sa kožom. Laboratorije u kojima se proizvodi sertifikovane su u skladu sa najvišim standardima kvaliteta koji počiva na dobroj kompanijskoj praksi, profesionalnosti i usklađenosti koje obezbeđuju vrhunski kvalitet proizvoda. Stručnjaci Mary Cohr kontinuirano istražuju nove aktivne sastojke, rade na formulaciji novih preparata i tretmana, kao i na

poboljšanju efikasnosti postojećih preparata i tretmana koji će dati izvanredne rezultate u službi lepote.

Sa Mary Cohr brendom i zastupnikom i distributerom za Srbiju - firmom DERMAVITA, obezbeđujete svom salonu uspešan posao, rad u sistemu, kvalitetnu i sigurnu kozmetiku i tretmane sa trenutno vidljivim rezultatima i dugotrajnim efektima.

*U Novu godinu uđite s najboljima:
u pratnji Mary Cohr!*

Jedinstven WELLNESS&SPA koncept za Vaš hotel!



Pridružite se lancu svetskih hotela koji privlače turiste ekskluzivnim francuskim brendom Mary Cohr Paris!

DERMAVITA

Generalni zastupnik i distributer za Guinot Institut Paris i Mary Cohr Paris

+381 11/311-76-62 +381 62/22-59-49

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](#)

INSTITUT IGALO

Jedinstven spoj hotela i zdravstveno-rehabilitacionog centra



Mi brinemo o Vašem zdravlju!



Tel: +382 31 658 555
Mob: +382 63 211 314



Institut „Dr Simo Milošević“ AD Igalo
Sava Ilića 5, 85 347 Igalo

www.igalospa.com
Email: marketing@igalospa.com



Zašto mi?

Savremeno medicinsko znanje

Zdravstvena ponuda Instituta Igalo bazirana je na višedecenijskom iskustvu u liječenju stotina hiljada pacijenata, visokoobrazovanom multidisciplinarnom medicinskom timu koji primjenjuje savremeno medicinsko znanje i terapijske vještine kombinujući ih sa ljekovitim blatom i mineralnom vodom na obali mora, u blagodetima mediteranske klime. Rezultati koje postizemo u liječenju i rehabilitaciji vrlo su pozitivni, a tome u prilog govore procjena stanja na kraju liječenja, ankete gostiju, te tendencija ponovnog dolaska velikog procenta klijentele.

Institut za fizikalnu medicinu, rehabilitaciju i reumatologiju „Dr Simo Milošević“ A.D. Igalo ubraja se u najveće i najpoznatije institucije za multidisciplinarno banjsko liječenje na Balkanu. Začetnik je moderne fizikalne i preventivne medicine, rehabilitacije, talasoterapije i wellness-a i postao je jedan od glavnih međunarodnih centara za rehabilitaciju djece, odraslih i starih osoba.

www.igalospa.com

MADEROTHERAPY *wellness ritual*

Region je zahvatila maderoterapeutska groznica. U salonima, wellness centrima, hotelima, gosti sve češće pitaju: Radite li masažu oklagijama? Upravo zato, ova izvorno kolumbijska ideja mehanoterapije, sve se češće uključuje u menije wellness i spa centara.



Piše: Peđa Filipović

Iako je prva informacija na koju nailazimo usmerena na anticelulit tretmane, ova metoda, uz kreativnost i znanje terapeuta, nalazi svoje mesto i u sportskim tretmanima, kao i terapeutskim masažama. Sa holističkim pristupom, može se i antistres tretman upotpuniti snagom ovih "drvenih pomoćnika". Koristim ciljano termin "pomoćnika", jer je i u ovom ritualu, ruka, energija, znanje i posvećenost terapeuta ta koja vodi na putovanje kroz čaroliju masaže sa očekivanim ciljanim rezultatima. Svakako je nedopustivo da se ceo tretman radi samo smenjivanjem raznih oblika i struktura oklagija. Ruke terapeuta prvo zagreju kožu, pripreme nervne završetke, mišićne ovojnice i same strukture mišića, pa se tek onda uključuju oklagije u aktivnost. Maderoterapeutski set koji koristimo u kreiranom wellness ritualu ima 7 delova. Svi su rađeni od parene bukovine i premazani voodoopornim lakom, neškodljivim za kožu i organizam. Pored pet različito rezbarenih oklagija (a svaka ima svoju namenu), nalazi se i drvena čaša za vakuum masažu, kao i specijalno kreirana lopatica za oblikovanje tela i finalno limfno dreniranje.

BEZ SILOVITIH PRITISAKA I MODRICA!

Maderoterapeutski ritual obuhvata masažu celog tela, sa posebnom pažnjom na osetljive delove. Preko kostiju, pršljenova, zatkolene jame, podpazušne jame, prepona, vrata - oklagije se ne mogu i ne smeju kretati. Takođe, u toku masaže stomaka primenjuju se, pored elemenata klasične masaže, limfne drenaže, šiacu stimulacije i am-puku metode, vaku-uum čaša i lopatica za oblikovanje, koje jedine iz maderoterapeutskog seta

imaju opravdanu upotrebu. Zbog osetljivosti ovog vitalnog regiona, unutrašnjih organa, velikih krvnih sudova i limfnih čvorića, oklagije se na aplikuju na stomaku. Postoji zablude vezana za anticelulitne programe da se nakon dobro urađenog tretmana moraju pojaviti modrice. To je apsolutno nedopustivo i može imati više negativnih nego pozitivnih efekata. Ako se uzme u obzir da je celulit smešten svega četiri milimetra ispod površine kože, potpuno je jasno da siloviti pritisci koji prelaze granicu prijatnog bola, apsolutno nemaju svoje mesto u ritualu. Laganim i brzim pokretanjem oklagija, postepenim ulaskom u dubinu - izaziva se intenzivno crvenilo kože (hiperemija), koje govori o odličnoj prokrvljenosti, oksigenaciji regije, detoksifikaciji, stimulaciji elastina i kolagena. Sve ovo utiče na poboljšanje jedrine kože i razmenu materija u potkožnom vezivnom tkivu gde se nalazi celulit.

Pre masaže nogu potrebno je intenzivnim pokretima obavezno pripremiti stomak i grudni koš za prijem krvi i limfe iz nogu. Takođe, vrlo je važno istaći da se ne mogu samo od rituala očekivati rezultati u sređivanju ovog najvećeg napasnika ženske lepote. Ishrana, fizičko vežbanje, antistres programi, detoksifikacija, metode iz fizikalne medicine, dovoljan unos tečnosti - neizostavni su elementi svakog anticelulit programa, pa nema razloga da i u ovom slučaju bude drugačije. Ukoliko postoji problem sa izraženom kapilarnom mrežom na koži, proširenim venama, infekcijama kože, upalnim procesima u organizmu - maderoterapija je kontraindikovana. U toku trudnoće se takođe ne primenjuje.

MADEROTHERAPY *wellness ritual*



WELLNESS ACADEMY
**W A
P F**
PEĐA FILIPOVIĆ

www.pedja-filipovic.net



The region was affected by a Madero therapeutic fever. In salons, wellness centers, hotels, guests often ask: Do you do massage with a rolling pin? That is why this original Colombian idea of mechanotherapy is becoming more often included in wellness and spa centers.



S obzirom na to da se cirkulacija izuzetno ubrzava i metabolizam kože prirodno aktivira, u toku rituala ne primenjuju se ulja i gelovi sa termoaktivnim delovanjem. Posebno dobre rezultate daruje čisto kokosovo ulje, lešnikovo, susamovo, konoplino, kao i kombinacija maslinovog, bademovog i avokadovog. Izuzetan efekat nakon tretmana se ogleda u izbacivanju viška nakupljene vode iz međučelijskog prostora, kao i u dobrim rezultatima limfne drenaže. Razlog je intenzivna stimulacija energetskih meridijana, sa unutrašnje strane noge - bubrega, jetre, sle-

zine i pankreasa, a celom dužinom zadnje strane noge - meridijana mokraćne bešike. S obzirom na to da preko prednje i bočne strane donjih ekstremiteta prolaze meridijani želuca i žučne kesice, ovaj ritual ima izuzetan antistres efekat, jer otklanja nakupljenu nervozu, ljutnju i nezadovoljstvo - česte u današnje vreme. Kolege koje žive wellness i posvećuju se svakom gostu individualno, znaju da je osnova programa koji se primenjuju - balans. Onoga što pokrećemo iz tela i tolerancija vremena da telo, uz dovoljan unos tečnosti i reorganizovanu ishranu, izbacuje sve što je pokrenuto. Iz tog razloga se maderoterapija kombinuje sa drugim metodama masaže i po planu se radi svaki drugi dan. U ovom potpuriu, najčešće deseto-dnevnih programa, nalaze se i manualna limfna drenaža, detoks tretmani pakovanja tela,

šiacu, joga thai, antistres rituali i primenjuju se svaki drugi dan.

UMETNOST ILI SUROVO OKLAGIJANJE?!

Iskustva u wellness centrima potvrdila su da se u sportskoj praksi, masaža kombinovana sa upotrebom oklagija, primenjuje i za zagrevanje mišića i podsticaj cirkulacije pre sportske aktivnosti, u pripremi. Takođe, izuzetne rezultate pokazuje nakon sportske aktivnosti za opuštanje napetih mišićnih omotača (fascija) angažovanih mišićnih grupa, kao i za izbacivanje mlečne kiseline i prevenciju procesa upale mišića velikih grupa na nogama, leđima, rukama. Oklagije su dobrodošle i na samom kraju tretmana, kada se preko zagrejanog frotira lagano i duboko kreću ciljano preko mišićnih grupa koje vapiju za dodatnim opuštanjem.

Oklagije su vrlo brzo zaslužile i zahvalnost od terapeuta koji ih koriste u radu. Samim tim što uz manje snage, fizičke aktivnosti dolaze do sjajnih efekata, srce je zahvalno, kao i zglobovi svakoga od njih. U toku edukacija, kolege prolaze kroz program kako da prenose težinu, pravilno dišu u toku rada i kako da se poštede žuljeva na šakama, koji svakako govore da nešto u radu treba popraviti. Kao i u svemu što delamo u našem beskrajno inspirativnom wellness-u i ova metoda se može pretočiti u umetnost ili raditi kao surovo oklagijanje. Od srca želim što više umetnika u svakom wellness-u.



Doživljaji važniji od materijalnih vrednosti

Stručnjaci iz jedne od najvećih online turističkih agencija današnjice – *Booking.com*, na osnovu ankete sprovedene na 18.509 ispitanika širom sveta koji su putovali u poslednjih 12 meseci ili planiraju putovanje u narednih godinu dana, predstavili su najveće turističke trendove koji nas očekuju u 2018. godini.

1. TEHNOLOGIJA PREUZIMA PRIMAT

U 2018. godini sve više putnika će želiti da se uz pomoć tehnologije bolje upozna sa destinacijom i smeštajem pre nego što obave rezervaciju. Da digitalna tehnologija pomaže korisnicima prilikom odluke o destinaciji, tako što preoblikuje način na koji se informišu o njoj, bukiraju i doživljavaju putovanje, potvrđuju i ovi podaci: skoro trećina svetskih putnika (29%) kaže da putovanje planira na osnovu podataka koje nalazi na internetu, dok njih polovina (50%) ne pravi razliku da li odgovore na svoja pitanja dobija od osobe ili kompjutera. Više od 6 od ukupno 10 (64%) putnika kaže da bi volelo „prvo da isproba pre nego što bukira“ i to putem virtualne stvarnosti (VR), dok 50% ispitanika smatra da ih personalizovani predlozi za određene destinacije podstiču da rezervišu putovanje. Uzimajući u obzir sav stres prilikom donošenja odluke gde provesti odmor, u 2018. godini tehnologija će i dalje nastaviti da nam pomaže da pronađemo najbolje mesto za nove doživljaje.

2. ŽUDNJA ZA ISKUSTVOM

U 2018. sanjaćemo velike snove, jer čak 45% putnika ima spremljenu listu sa putovanjima iz snova i većina njih (82%) želi da poseti jednu ili više destinacija sa svoje liste u ovoj godini. Žudnja za iskustvom i doživljajem umesto nad materijalnim i posedo-

vanjem, pokreće našu želju za što više neverovatnih i nezaboravnih putovanja. Smanjenog strpljenja, sa instant željama i osnaženi tehnologijom, putnici će u 2018. godini iskoristiti svaki trenutak za putovanje, kao nikad ranije – tvrde iz *Booking.com*-a.

A šta je to što će najviše privlačiti putnike? Većina njih (čak 47 odsto) poželee da poseti neko od svetskih čuda, dok će više od trećine (35%) želiti da proba lokalne specijalitete, a 34% poželee da otputuje na neko rajsko ostrvo i isto toliko njih tragaće za adrenalinskim iskustvom u nekom od tematskih parkova. Top destinacije sa zabavnim parkovima, prema podacima *Booking.com* su Orlando na Floridi, Gold Coast u Australiji i Dubai u UAE.

U 2018. turisti će tragati i za: jedinstvenim kulturnim dešavanjima (18%), učenjem novih veština (27%), „epic“ turama ili putovanjem železnicom (25%), kao i udaljenim i izazovnim destinacijama (25%).

3. POVRATAK U PROŠLOST

Osim što će želiti da steknu nova iskustva, trećina putnika (34%) će u 2018. poželeti i da osveži uspomene i poseti svoja omiljena mesta iz detinjstva. Mešajući prošlost sa budućnošću, biće inspirisani da se vrate na svoje nekad omiljene destinacije i istraže ih na potpuno novi način.



Popularnost ovih „vintage“ odmora proističe iz osećaja nostalgije i sreće na koju nas ta destinacija evocira. Putnici kažu da nekadašnje porodične odmore pamte kao najlepše uspomene, čak lepše i od prvih ljubavi ili kućnih ljubimaca. Čini se da su milenijalci još sentimentalniji: čak 44% mladih između 18 i 34 godine imaju želju da se vrate na omiljene porodične destinacije. Čini se da će društvene mreže u 2018. biti preplavljene sentimentalnim fotografijama koje će evocirati na detinjstvo.



Experts from one of largest online travel agencies of today – Booking.com, based on a survey conducted on 18,509 respondents around the world who traveled in the last 12 months or are planning a trip for the next year, presented the biggest tourism trends that await us in 2018.



4. HODOČASNICI POP KULTURE

U 2018. godini, televizijske emisije, serije, filmovi, sport, kao i sadržaji na društvenim mrežama, sve više će inspirisati ljude da posete neku destinaciju. Čitanje blogova ili gledanje preporuka na *YouTube*-u izrodice ideje za putovanjem kod četvero od deset (39%) putnika, a lokacije sa televizije, filmova ili muzičkih spotova animiraće više od 36% putnika u ovoj godini. Više od petine (22%) putnika krenuće na putovanje zbog velikih sportskih dešavanja, od čega će se njih 46 odsto ovog leta uputiti u Rusiju na Svetsko prvenstvo u fudbalu.

Najpopularnije lokacije koje će u 2018. želeti da posete ljubitelji velikih serijskih ostvarenja su Hrvatska, Španija i Island inspirisani „Igrum prestola“ (29%), London – onakav kakav je predstavljen u „Šerloku“ i „Crown“-u (21% i 13%), Njujork i Menhetn u „Billions“-u (13%) i Los Anđeles u „Entourage“-u (10%).

5. SVI PUTEVI VODE U – WELLNESS

Skoro je dvostruko veći broj ljudi u odnosu na prethodnu godinu, koji u 2018. planiraju da otputuju negde gde će unaprediti svoje zdravlje. Među ovakvim putovanjima naročito se ističu ona koja podrazumevaju pešačenje i planinarenje (56%). Ostale popularne aktivnosti inspirisane zdravljem i wellness-om u ovoj godini biće poseta banjskim centrima i korišćenje „beauty“ tretmana (33%), biciklizam (24%), sportske aktivnosti na vodi (22%), detoks tretmani (17%),

praktikovanje joge (16%), trčanje (16%) i meditacija (15%).

6. EKONOMSKA INTUICIJA

Iz godine u godinu, putnici su sve informisaniji, te za svoj novac žele da dobiju što više pogodnosti. Značajan broj putnika odluku o putovanju bazira na finansijskim mogućnostima, a to će biti još vidljivije u 2018. godini, kada će skoro polovina (47%) putnika prilikom planiranja putovanja uzimati u obzir devizne kurseve, i skoro isti procenat njih (48 odsto) razmišljaće o ekonomskoj klimi u određenoj destinaciji pre donošenja odluke o putovanju. Dobra vest za „retail“ industriju je što trećina putnika (30%) planira da obavi kupovinu u „duty-free“ šopovima na aerodromu u 2018. i svaki četvrti putnik (26%) će ići na odmor specijalno zbog šopinga, jer su određeni artikli jeftiniji nego u njegovoj matičnoj zemlji.

Turisti će sve više želeti da putuju u sopstvenom aranžmanu (njih 57%), nego da „prate masu“, te će u porastu biti individualna putovanja i kreiranje personalizovanih aranžmana uz pomoć aplikacija i tehnologije. Skoro polovina putnika (44 odsto) će više koristiti turističke aplikacije u 2018. godini, a tehnologija će nastaviti da se neprekidno razvija kako bi se umanjio stres prilikom putovanja. To se prvenstveno odnosi na planiranje aktivnosti dok ste na odmoru ili geolokacijsku tehnologiju koja vas usmerava ka vašem smeštaju jednostavnim klikom na aplikaciju.

7. BEG SA DRUŠTVOM

Kada su anketirane pitali ko će biti njihovi saputnici u 2018. godini, segment sa najvećim

porastom u poređenju sa 2017. je putovanje sa grupom prijatelja (rast sa 21% na 25 odsto). S obzirom na to da će se u ovoj godini sve svoditi na iskustvo, nije svrha samo u destinaciji, nego i u ljudima s kojim se stvaraju uspomene. Beg sa društvom od svakodnevnih obaveza i pritisaka, osim što oslobađa od stresa, učvršćuje i odnos sa prijateljima. Zahvaljujući tehnologiji, danas nas samo jedan klik deli od bezbroj mogućnosti da se pronađe savršeno mesto za boravak veće grupe prijatelja koji tragaju za avanturom u raznim krajevima sveta. Putovanja sa prijateljima su i finansijski isplativa, jer je 42% ispitanika reklo da ne bi moglo da obezbedi kvalitetniji smeštaj u samostalnom aranžmanu.

8. ŽIVI KAO LOKALAC, ALI NE I SA NJIM

U 2018. godini će iznajmljivanje privatnih kuća i stanova biti posebno popularno – ne samo od strane putnika koji će tragati da u njima odsednu, nego i od strane vlasnika koji će želeti da ugoste ljude u svom domu. Jedan od tri putnika (33%) se izjasnio da bi na odmoru radije odseo u iznajmljenoj kući ili stanu nego u hotelu, dok jedan od petoro (21%) razmišlja da ulista svoju kuću na sajt za rezervaciju smeštaja.

Kada je u pitanju uloga domaćina, putnici otkrivaju da ne žele da oni budu stalno prisutni u kući u koju primaju turiste. Putnici žele da dožive lokalno iskustvo i zato će konsultovati domaćina da ih posavetuje šta da vide, te se četvrtina putnika izjasnila da im je važno da njihovi domaćini budu dobro informisani o lokalnoj ponudi kada je u pitanju hrana i mesta koja bi trebalo posetiti (njih 25%), ali putnici žele fleksibilnost u interakciji sa domaćinima onda kad to njima odgovara. Naime, u 2018. godini putnicima će biti važno da im njihovi domaćini budu dostupni, ali ne i previše prisutni (njih 30 odsto), dok se svaki deseti putnik izjasnio da uopšte ne želi komunikaciju sa svojim domaćinima.

Priredila: B.B.O.



NOVA GODINA U GRADU SVETLOSTI

Svake godine, elegantna dekoracija i atraktivna praznična svetla ukrašavaju više od sto trideset ulica u Parizu, tržne centre, hotele i restorane, istorijske lokalitete..., čineći bajkovitom gradsku zimsku idilu.

Francuzi novogodišnje osvetljenje postavljaju već od sredine novembra, i za svaku ulicu imaju određeni datum uređivanja, kao i kad će ukrasi biti skinuti. Svetla se uključuju svakog dana u pet popodne, a isključuju u dva sata posle ponoći. Kao i na Ajfelovoj kuli, prolaznici u određenim satnicama mogu da uživaju u svetlosnom i zvučnom šou na raznim pariskim lokacijama: u Galeriji Lafajet, robnoj kući na Hausman bulevaru, gde je ogromna jelka napravljena od plišanih jastuka i balona u obliku zvezdica i slatkiša, a njena audio-vizuelna manifestacija

održava se svakog dana u 12h, 15h, 16:30h i 18h.

Veličanstvena Jelisejska polja su i ove godine krcata lampicama kojih ima čak 150.000! Blješte drvoredi od dve stotine stabala od Trijumfalne kapije do Trga Konkord. Neverovatan je doživljaj samo prošetati tuda, ali i ući u neku radnju i makar samo uživati u raskošnoj novogodišnjoj dekoraciji, jer svaka odiše prazničnom toplinom. Međutim, gužve su velike, pa se treba naoružati strpljenjem.

Kad već pominjemo šoping, tokom praznika, grad je pun tradicionalnih novogodišnjih pijaca.





One, na svojim drvenim štandovima, nude poslastice iz raznih delova Francuske – kuvano vino, međnjake i kolače sa đumbirom, toplu čokoladu, kobasice... Tu su i ukrasi, igračke, slike, suveniri, a u blizini se često mogu naći i ringišpili i klizališta, pa ove pijace mogu predstavljati i idealni izlazak sa decom.

Novogodišnji koncerti se, takođe, izvode širom grada – na mestima kao što su Sen Šapel (Sveta kapela), Notr Dam, opere Garnije i Bastilja. Ukrašeni su i Monmartre, predeo oko Luvra, Latinska četvrt, jednom

rečju - kompletan centar grada! Svuda se oseća miris hrane, sve je blještavo i sa svih strana dolazi muzika.

Može se rezervisati i večera u Ajfelovoj kuli ili u Mulen-ružu, romantično krstarenje Senom, ili provod u Diznilendu. Gde god bili, svuda ćete svim čulima doživeti jedinstvenu novogodišnju atmosferu Grada svetlosti, koji upravo sada to i jeste. Baš onako kako ga je Hemingvej definisao: *Pariz je pokretni praznik!*

Dušan Veselinović
Foto: Léa Bataillard

PRAZNIČNA EUFORIJA ZA SVA ČULA?



Beograd je prelep grad. Ako odlučite da njemu poklonite svoje vreme za praznike, on će vam podariti miris pečenog kestenja, prazničnu gužvu još od sredine decembra, kaldrmisane ulice, tržne centre, kuvano vino, neobuzdane osmehe, mirise elegantnih parfema i neobični šarm balkanske metropole. Zavešće vas svetlucanjem lampiona, žamorom, kafićima, kafanama, skladom u neskladu, modernim i arhaičnim... Prepoznaćete ga i po raznim jezicima stranaca koji pokušavaju da se prilagode beogradskoj košavi i mirisu Save i Dunava. Pružice vam bezbroj mogućnosti da praznike dočekate po svom ukusu. Šarenilo ili decentnost, muzika ili mir, gužva ili intima, za svakoga po nešto može se naći u Beogradu.

Kolika god da je euforija oko Nove godine, nameće se pitanje da li je to uzbuđenje i radovanje oko kupovine poklona i svetlećih lampiona kod svih isto? Šta inspiriše različite ljude, šta ih pokreće i da li postoje ljudi koji ostaju ravnodušni na miris tople čokolade dok pada prvi sneg? Ne postoje dva bića koja na isti način osećaju i doživljavaju svet, ali postoje grupisane karakteristike i ponašanja po kojima se ljudi lakše sporazumevaju i spajaju. Jedne od tih grupacija su i podele prema najčešće korišćenom čulu pomoću kojeg percipiramo stvarnost. Možemo različito da izgledamo, da pripadamo različitim kulturama ali se prema tome kako doživljavamo okolinu - svrstavamo u nekoliko tipova.

POZNAJEM TE PO...

Vizuelci, ljudi koji apsorbuju iskustvo i istinu kroz slike i vizuelizaciju. Dominantni, oštri, glasni i uspravni, vizuelni tipovi obraćaju pažnju na boje, slike, scenu, perspektivu i praznici za njih predstavljaju vrtlog neizmernog uzbuđenja. Vizuelni efekti dominantni su po čitavom gradu, pa je njihova realnost prepuna novih stimulansa. Poznavajući pregršt nijansi boja, imaće uvek najbolje ideje kako oplemeniti i ukrasiti prazničnu trpezu ili jelku. „Snimajući“ prostor, spaziće i najmanju ukrasnu mašnicu na reveru recepcionera, konstatujući da je sve jako lepo ukombinovano sa dekoracijom i raspoloženjem.

Za razliku od vizuelaca, *auditivni tip* biće u pravom lavirintu prazničnih zvukova, vezujući se za muzički sklad i harmoniju tonova. Budući da auditivnom tipu vizuelni stimulansi ne ulaze u fokus interesovanja, slušaće kako zvuči škripa svežeg snega pod nogama užurbanog grada ili kako pucketaju drva u kaminu. Da li je grupa stranaca srećna i da li prepozaje ritam muzike iz obližnjeg kafea? Sa interesovanjem će vas slušati kakvi su vam planovi za praznični odmor, odgovarajući vam usklađeno i harmonično, ali vrlo verovatno u prostoru izolovanom od zvučnih efekata petardi i prevelike buke.

Dok se auditivac ritmičnim tonom kreće po gradu koji se zahuktava a vizuelac divi

osvetljenju, *kinestetičar* će biti zaista srećan zato što konačno može da nosi onaj mekani šal od kašmira.

Osećajući život kroz mirise, ukuse, dodire i osećanja, kinestetički tip uživaće u samom osećaju praznične euforije. Neće im smetati gurkanje u prepunim radnjama, niti grejanje ruku sa dragim osobama. Kinestetičar će poželeti da dodirne pahulje snega. Naizgled spori, oni polako uživaju i primaju informacije putem složenih osećajnih procesa i skloni su šarenolikim prostornim objašnjenjima. Kinestetičara ćete naći u toplom kafiću gde ogrnut čebetom gustira nove novogodišnje ukuse čaja. Primitiće koliko je toplo ili hladno, sa koliko emocija je pevač opevao pesmu ili kako mu se konobar nasmešio.

Romantično pisanje o čulnosti ljudi koji nas okružuju mora imati i svoju suprotnost. Tako moramo pomenuti i ljude koji ne preferiraju čula kao receptore svoje stvarnosti. Fokusrajući se na logiku i činjenice *auditivno-digitalni tipovi* obrađuju informacije kroz iskustvo. Oni razumeju da je vreme euforije, ali im je fokus informisanje gde ići, šta treba znati i misliti o prazničnoj gužvi i razmisliti da li ima smisla uopšte slaviti praznike.

Izoštavanjem čula i osluškivanjem koliko komunikacija može biti olakšana ako pratimo šta ljude zanima i gde je njihov fokus, možete lako otkriti i gde ćete se najbolje osećati za praznike u Beogradu. Iako je glavni grad Srbije sam po sebi eksplozija svih čulnih nadražaja i nudi veliki broj dobrih hotela, oslušnite sebe, otkrijte koji od ova tri predložena hotela najviše ispunjava vaše želje.

COURTYARD BY MARRIOTT BELGRADE CITY CENTER

Pre nešto više od dve godine na početku poznate Vasine ulice, iznikao je hotel Courtyard by Marriott. Upadljiv usled različitih susednih formi, po svom modernom i mističnom dizajnu koji krasi velika karakteristična čelična konstrukcija, predstavlja kontrast moderne u samom srcu grada. Naizgled estetski avangardna upravo ta eksterna konstrukcija zimi sprečava udare vetra i nasipe snega, dok leti obezbeđuje hlad u sobama. Sedam spratova sa više od sto modernih i stilski perfektno uređenih soba i podzemna garaža u kombinaciji sa neodoljivim pogledom na glavni trg Beograda, deluju gotovo idealno za ciljnu grupu ovih lanaca hotela - poslovne i ljude željne kvalitetnog odmora blizu glavnih dešavanja metropole. Blage i neutralne boje kojima je opremljen ovaj hotel od ulaza do sobe, preko Credo restorana i bara, krase delikatni ukrasi poput zavese svetlećih lampiona i ukusno okićene jelke. Čiste linije, boje koje pružaju osećaj relaksacije, pomešane sa tek ponekom egzotičnom jastučnicom ili sofom, prikazuju moderni dašak svetskog u prepoznatljivom stilu lanaca Marriott International. Na ulazu u hotel sudarite se prvo s mirisom čistoće, a onda vas obrli muzika koja lagano prati goste od ulaska u hotel, podešena na decibele koji prijaju a ne opterećuju. Džez, bluz





Belgrade is a beautiful city. If you decide to spend holidays there, it will give you the smell of baked chestnuts, a festive crowd since mid-December, cobbled streets, shopping malls, mulled wine, honest smiles, fragrances of elegant perfumes and unusual charm of the Balkan metropolis. It will seduce you with shiny lanterns, murmur, cafes, taverns, harmony in disharmony, modern and archaic... You will recognize it in various languages of foreigners who try to adapt to the Belgrade's košava wind and the smell of the Sava and the Danube. It will give you countless opportunities to enjoy the holidays by your taste. Colorful or decent, music or peace, crowd or intimacy, something for everyone can be found in Belgrade.

i ambijentalni zvukovi prate goste do restorana gde pažnju preuzimaju vizuelni nadražaji "open kitchen" koncepta, gde se jednim okom može pratiti korak užurbane Beograđanke a drugim pravljenje omiljenog slatkiša. Iako je mlad na hotelskoj sceni grada Beograda, Marriott se istakao i po sad već prepoznatljivom cheescake-u, koji je specijalno za goste napravljen od ušćerenih domaćih malina, čuvanim u sirupu od ružinih latica tokom cele godine. Očuvanjem autentičnog ukusa ovog kolača, doživljaj i ukus dok ga jedete je apsolutno isti u svako doba dana, u bilo koje godišnje doba. Raznolikost kuhinje i barske ponude je bogata i velika, a doživljaj još prijatniji uz specijalan pogled, odličnu izolaciju i mlado osoblje. Nemoguće je ostati ravnodušan na prosečne godine zaposlenih koji iznosi tek 25. Sjajne oči, inteligencija, ljubaznost koja isijava i servilnost koja ne pritiska, dojam su o kadrovima koji su zaposleni u ovom kompleksu.

Vizuelni tip odmarao bi oči na prijatnim tonovima boja, dekoracije hrane i lepote grada. Auditivni bi bio zanesen zvučnom izolovanošću koja stvara mir u centru zbivanja. Kinestetičar bi se prijatno osećao pri prvom osmehu koji bi dobio sa recepcije dok

bi iskustveni tip odmoran iskreno preporučio ovaj hotel za boravak. Za dolazeće praznike obezbeđena je zabava poslednjeg dana u 2017. godini, kao i branč prvog dana nove. Dešavanja u gradu su blizu i zagrevanje u ovom hotelu bila bi prava stvar.

ZEPTER HOTEL

Kad poželite kvalitet i prepoznatljivi životni stil ugodnosti i luksuza koji nudi Zepter hotel, u srcu grada, na Terazijama, naići ćete na toplu dobrodošlicu. Prvi hotel apartmanskog tipa u glavnom gradu, savremenog dizajna u nijansama decentnih neutralnih tonova kao da skida sav teret gradske vreve i stres 21. veka. Na samom ulazu, nakon imponantnih staklenih vrata zakoračićete u Zepter svet, svet vrhunskog kvaliteta podređenog vašem zdravlju, odmoru i osećaju da ste u stanu najmodernijeg dizajna. Okićene jelke u tonovima plave boje, prijatna lounge muzika i intenzivni ukusi praznične trpeze, pripremljene na zdrav Zepter način, privući će vas da se dobro provedete. Vazduh, voda i hrana u ovom hotelu neguju kult zdravog života. Gostima su na raspolaganju brojni Zepter proizvodi koji se nalaze u svim smeštajnim jednicama: „Bioptron aparat“ – svetlosna terapija koja leči, „Therapy Air Ion“ inovativni sistem za prečišćavanje koji filtrira

i obogaćuje vazduh negativnim jonima, „Edel Wasser“ aparat koji prečišćava vodu, a doprinosi očuvanju životne sredine, „Ze-presso“ aparat za kafu, „Vacsy“ sistem za dugotrajno i pravilno čuvanje hrane, posude „Masterpiece Collection“, ekskluzivni porcelan, escajg i Zepter kozmetika.

Zdrava alternativa hotelskog šmeka u centru zbivanja stvara široki auditorijum ciljnih grupa koje traže ugodan, elegantno okićen hotel u gradu koji ljubaznim osobljem i panoramskim pogledom sa 7. sprata prikazuje konture glavnog grada. Svaki apartman i prostor u ovom hotelu pruža jedinstveni doživljaj strogog centra Beograda a ujedno i oaze zdravlja, lepote, luksuza i mira.

Bez obzira kojem tipu pripadate sklad i harmonija ovog hotela neće vas ostaviti ravnodušnim, pa se vizuelci mogu nakupiti pozitivne energije iz sklada boja enterijera i bogate praznične trpeze, auditivci, pak



mogu uživati u poznatim zvukovima koji se prostiru kroz hodnik i restoran, a iskustveni tipovi bili bi zadovoljni količinom informacija i mogućnostima događaja unutar hotela. Za kinestetičara boravak u Zepter svetu predstavljao bi neprekidni osećaj pripadnosti, ugodnosti i udobnosti koje bi osećao svakim delićem svoga tela, dajući mu potrebnu snagu pred novogodišnje veselje.

HOTEL MOSKVA

Kada se nađete na Terazijama osvojiće vas nesvakidašnje zdanje u zelenim antičkim ornamentima, koje odaje raskoš koju možete iskusiti u nesvakidašnjem stilu. U istoriji dužoj od jednog veka, ovaj istorijski hotel postao je kulturno-istorijski spomenik pod zaštitom države, koji je 1908. godine otvorio kralj Petar I Karađoređević lično. Na svečanosti otvaranja svirao je Orkestar kraljeve garde, a gosti su bili najznačajniji ljudi tog vremena. Slavni gosti poput Alberta Ajnštajna, Indire Gandi, Reja Čarlsa, Roberta de Nira, Pavarotija, Maksima Gorkog, Bred Pita i mnogih drugih ostavili su svoje emocije u sobama ovog jedinstvenog hotela koji je zaveo preko 40 miliona ljudi. Rustični stil hotela Moskva poboljšan ultramodernim luksuznim idejama, pruža eksploziju nadražaja koji počinju čim zakoraćite pred ovu zgradu

Raskošne boje eksterijera pružaju tek naznake luksuza i spoja kraljevskog i tradicionalnog. Modernizovan sa ukusom, jedini hotel u Beogradu bez sobe pod brojem 13. U dugačkim hodnicima, okićenim sa jednakom pažnjom kao i u ostatku hotela možete videti slike poznatih koji su pili jutarnju kafu. Plafoni visoki i do 4 metra u kombinaciji sa sobama na sprat obučenim u antikvarne komade luksuznog nameštaja i umetničkih dela, kao i grandiozni prozori koji otkrivaju glavna dešavanja u prestonici - predstavljaju preduslov za nezaboravna jutra. Predsednički apartman nudi i odmor na originalnim komadima nameštaja sa dvora srpske dinastije Obrenović.

Uživajući u mirisima plavih frajli, slušajući melodičnu klasičnu muziku pijanista koji izvode muzičke majstorije u čak šest smena i gustirati poznati slatkiš "Moskva šnit", slatki brend ovog hotela, možete posmatrati užurbani grad koji slavi dolazeće radosti novogodišnjeg početka. Po recepturi koja datira iz 1974. godine, preplićući nežni beli krem sa reskim višnjama, ananasom i slatkim breskvama, svaki zalogaj pravi malo putovanje u šarmantni stari Beograd. Možda je baš na mestu gde sedite, nobelovac Ivo Andrić voleo da popije kafu sa ratlukom. Nudeći razne senzacije za čula, kao što su masaža penom, specijalitet SPA centra, Moskva nudi pre svega skupocen osećaj stila koji je pospešen uklopljenim uniformama i ljubaznim, predusretljivim osobljem. Uz duboko poštovanje prema svojoj tradiciji, vrednosti koja traje više od veka – renovirani hotel zadovoljava visoke savremene hotelske standarde.



Ako biste poželeti da razdvojite čulne tipove po nivou zadovoljstva u ovom hotelu, došli biste do problema. Ceo film koji se oko vas vrti dok ste u hotelu Moskva, praćen okom, uhom i osećajem specifičan je i spektakularan. Ukoliko, pak, tražite mir i nešto drugačije u komfornom centru grada i pripadate razumnom tipu, predlažemo da probate sa jednom jutarnjom kafom, prvog januara dok Beograd spava, a čula tek počinju da se bude.

Sve može biti stimulatívno u gradu koji je sam za sebe neobičan spoj renesansnih, urbanih i etno senzacija. Moderno ili rustično, veliko ili veće, glasno ili tako da se tek naziru tonovi, Beograd će, nevidljivo, i korak po korak, naći mesto do vašeg srca, opijajući vas i praveći kaleidoskop od svojih sugrađana i onih koji se tako osećaju.

Mina Paunović

SRBIJA iz ugla jednog turopoperatera



Domaći gosti sve više putuju po Srbiji, otkrivajući njene zaboravljene ili zapostavljene lepote, vrednosti, tajne, užitke... To zadovoljstvo putovanjem po Srbiji prenosi se i na strane turiste, koji se više ne zadržavaju samo u Beogradu, nego postepeno osvajaju i mnoge druge destinacije u zemlji, čak i one koje su manje poznate. Među stranim posetiocima Srbije, poslednjih godina sve brojniji su i Slovenci, radoznali da, pošto su osetili čari Beograda, dožive srpsko gostoprimstvo i na drugim mestima. Jedna od turističkih agencija koja već duže, planski dovodi Slovence, ali i Italijane i Špance u Srbiju je turistička agencija Van Gogh iz Maribora. Kakvi su njihovi utisci, zapažanja o hotelima, kao i gostoprimstvu na različitim destinacijama u Srbiji, saznali smo iz razgovora sa osnivačem i direktorom ove agencije, vrsnim poznavaoцем srpskog turizma dr Ivom Mulecom, koga smo zatekli u Skadarliji, tek što je završena poseta još jedne grupe turista iz Slovenije.

Ivu Muleca sam sretala više godina u različitim situacijama – na putovanjima, na stručnim i naučnim konferencijama, u procesu obrazovanja... Ovaj vrsni poznavalac svetskog i regionalnog turizma daje utisak sigurnosti, vedrine, zanosa, optimizma... Kao putnik u grupama koje on predvodi osećate se sigurno, ushićeno, radosno, znatiželjno, bezbedno, jer on, kao iskusni profesionalac, sve drži u svojim rukama. Njegova znatiželja i upornost vam uvek daju mogućnost da duboko uronite u lokalne destinacije na kojima upoznajete samu suštinu prirode, ljudi, wow atrakcija, ali i skrivene kutke dostupne malobrojnima.

SRPSKO GOSTOPRIMSTVO, JEDINSTVENO U SVETU

- U turizmu radim od 1985. godine i upravo punim tačno 32 godine radnog iskustva. Od toga, prvih pet godina radio sam kao *freelance*

vodič, a od 1990. kao direktor i vlasnik turističke agencije *Van Gogh* sa sedištem u Mariboru. Agencija se bavi i receptivnim i emisionim turizmom. Slovence vodimo po svetu (i po zemljama bivše Jugoslavije), a strance po Sloveniji, kao i po svim zemljama bivše Jugoslavije i njima susednim zemljama poput Italije, Austrije, Albanije ili Bugarske. Studirao sam jezike (francuski i španski) na Filozofskom fakultetu u Ljubljani, ekonomiju na Ekonomskom fakultetu u Mariboru, a master i doktorske studije iz turizma završio sam na PMF-u u Novom Sadu. Tečno govorim engleski, španski, francuski, italijanski, srpski i portugalski, što je za posao kojim se bavim veoma dobrodošlo. Do sada sam proputovao 150 zemalja sveta, u nekim sam bio više puta i svake godine u godišnjim programima agencije otkrivam skrivene ili ne mnogo posećivane kutke planete Zemlje, jer

je to za mene izazov. U Srbiju u poslednjih deset godina dovodimo strance, uglavnom Italijane i Špance. Za jednu grupu UNESCO iz Barcelone, na primer, organizovao sam specifičan program po Srbiji „Tragovima UNESCO baštine“ (uključujući i Kosovo). Od 2012. godine Srbiju predstavljam i našim gostima iz Slovenije. To su kraće 4-dnevne ture po Vojvodini i 9-dnevne ture po Srbiji. Napravili smo dva različita programa za Srbiju od po 9 dana, gde se ništa ne ponavlja, tako da se gosti koji su bili na jednom putovanju mogu prijaviti i na drugi program, jer je potpuno drugačiji. Naš cilj je da predstavimo Srbiju u pravom svetlu, onakvu kakva jeste i zato nismo pristalice onih kratkih, takozvanih blic tura koje traju 3-4 dana, sa jednim spavanjem u hotelu i dve noći u autobusu, jer one predstavljaju Srbiju kao zemlju čiji je gotovo jedini plus niska cena...



Proplanak, razgledna tačka na regionalnom putu Majdanpek – Donji Milanovac sa predivnim pogledom na Dunav /Đerdap. Idealno mesto za neki spa hotel sa šarmom...

Da bi gosti mogli da dožive Srbiju i osete ono pravo gostoprimstvo koje je, po mom mišljenju, jedinstveno u svetu, treba malo više dana. Dobra strana tih tura za Slovence (za razliku od tura koje pravimo za strance) je ta da za putnike, koji su uglavnom stariji i svi dobro razumeju i govore srpski jezik, ne treba prevoditi lokalne vodiče i kustose po muzejima i arheološkim parkovima, pa je onda taj odnos domaćin-gost neposredan. Taj odnos se, naravno, gubi kad su u pitanju strani gosti (Italijani ili Španci), jer njima treba sve prevoditi i time se gubi ne samo vreme, nego i autentičnost. S druge strane, njih manje interesuju neki detalji koji su slovenačkim gostima zanimljivi, a tiču se ponajviše zajedničke istorije, države, običaja. Na kraju, mnogi od njih su imali jugoslovenski pasoš duže nego što imaju slovenački i Srbiju ne doživljavaju kao stranu zemlju, već kao bivšu bratsku republiku. Stoga je rezultat tih tura sa Slovincima – veći entuzijazam i sreća na kraju, nego kod stranih turista koji su zadovoljni, ali ne i oduševljeni, jer im je teško razumeti, a i pojasniti neke stvari. U poslednjih pet godina u Srbiju smo doveli 8 grupa gostiju iz Slovenije, a to je nekoliko stotina gostiju koji su iskusni svetski putnici, koji su obišli ceo svet ili su na dobrom putu

da to učine, te imaju razvijene osećaje vrednovanja pruženog doživljaja na putovanjima.

DISKUTABILNE 4 ZVEZDICE

Govoreći o smeštajnim objektima u Srbiji, njihovoj lociranosti u odnosu na atraktivne destinacije, kvalitetu, pogodnosti za turiste itd., Ivo Mulec je bio potpuno otvoren:

- Kada su hoteli u Srbiji u pitanju, treba izdvojiti Beograd, koji je odskočio za nekoliko stepenika od svih ostalih turističkih destinacija u Srbiji. Uglavnom je Srbija sada dovoljno pokrivena hotelima u koje možemo smestiti strane goste (to podrazumeva relativno visok standard, recimo naše 4 zvezdice). Turisti koji putuju po turama ne traže luksuzni smeštaj tipa hotela sa 5*, koji su naravno dobrodošli, ali nisu i uslov. Kad, pak, govorimo o hotelima sa 4 zvezdice, podrazumeva se kvalitet na nivou zapadnoevropskih zemalja. Ova kategorija hotela je u Srbiji vrlo raznovrsna.

Postoje hoteli koji zaslužuju „prave“ 4 zvezdice, a ima onih koji zvanično imaju 4*, ali ih ne zaslužuju. Taj problem mi u turističkim agencijama rešavamo tako što pored zvaničnih zvezdica napišemo i našu

procenu kategorije koju hotel realno pružuje, kako strani partneri ne bi stekli pogrešan utisak ili imali prevelika očekivanja. Dobar hotel je uslov da bi se grupa u nekoj destinaciju zaustavila i boravila bar jednu noć. Primetili smo da se u Srbiji ulaže u destinacije koje su trenutno trend, i to ponekad do te mere da je gotovo previše smeštajnih objekata koncentrisano na jednoj destinaciji i pri tom su neki od njih prilično diskutabilnog kvaliteta (to se prvenstveno odnosi na Zlatibor i Kopaonik). S druge strane, izuzetno

zanimljive destinacije poput Sombora, Vranja, Novog Pazara, Negotina, Zaječara, Donjeg Milanovca, Kruševca, gotovo da i nemaju odgovarajuće smeštajne kapacitete, a na nekim, takođe zanim-

ljivim destinacijama, poput Leskovca, Pirota, Kladova – ima svega jedan ili najviše dva, uglavnom manja, dobra hotela. Problem nastaje kada su njihovi kapaciteti popunjeni, jer onda nema adekvatne alternative.

NEDOSTAJU HOTELI U PRIRODI

Činjenica je da svaki veći grad treba da ima barem jedan ili najmanje dva dobra hotela. U Srbiji se hoteli i nalaze uglavnom u

*U SRBIJI POSTOJE PEJZAŽI
IZUZETNIH LEPOTA I TAMO
TREBA GRADITI HOTELE ZA
ODMOR.*



*Župski Aleksandrovac, domaćinstvo i vinski podrum „Nikolić“, nekoliko soba, degustaciona sala, okružen vinogradima, predivni pogledi...
Sigurno ima mesta još za koji „vinski“ hotel sa spa centrom...*

gradovima, a vrlo je malo onih koji su smešteni u prirodi, na nekim izuzetno lepim vidikovcima (poput hotela Stara Planina ili Mečavnik, ali je takvih objekata premalo). U Srbiji postoje izuzetno lepi pejzaži gde bi trebalo graditi hotele za odmor. U ivanjičkom kraju, koji je izuzetan, možda najgostoljubiviji kraj Srbije, nema hotela sa pogledom, osim možda *Ivanjičkih konaka*, ali je to mali porodični hotel koji nije pogodan za veće grupe. Gradski hoteli su u manjim gradovima locirani u centrima ili blizu centra, ili na razdaljini *walking distance*, što turistima mnogo znači. U nekim većim gradovima, poput Novog Sada i Beograda, postoje dobri gradski hoteli koji nisu baš u samom centru grada, niti na razdaljini *walking distance*.

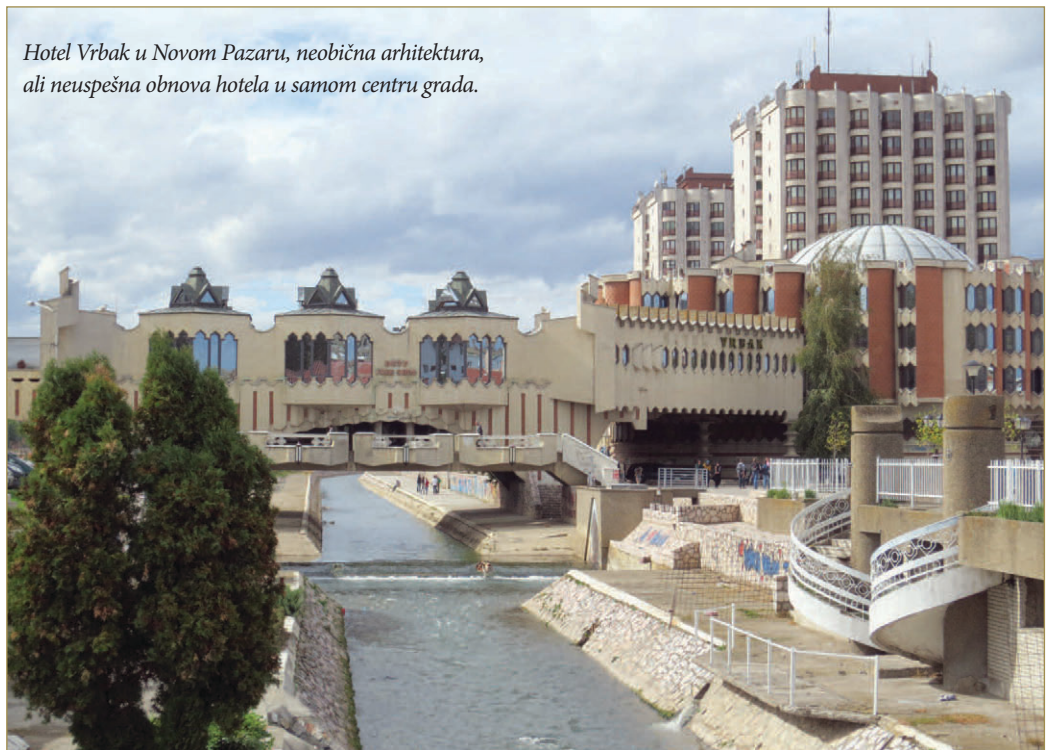
*MNOGI HOTELI, POGOTOVO MODERNI,
NA GRANICI SU DOBROG UKUSA I KIČA.*

Koliko su hoteli po Srbiji uklopljeni u ambijent teško je reći. Ili je reč o novoizgrađenim ili obnovljenim hotelima starijeg datuma, u kojima su sobe vrlo male. Pritom, loša je politika doplate za jedno - krevetnu sobu. Ukoliko je soba jedno - krevetna, ne bi je trebalo doplaćivati, a ako se doplati, onda je to dvokrevetna soba sa *single* upotrebom, što mnogi hoteli ne rade, te turista koji odluči da je sam u sobi obično dobija najmanje i najlošije sobe. Kod nekih hotela je obnova uspela, kod drugih manje. Što se veličine i kapaciteta tiče, uglavnom su

hoteli u manjim gradovima manji i dovoljno veliki za jednu grupu, ali bi nastao problem kada bi se pojavilo više grupa. Što se estetskog izgleda hotela tiče, trebalo bi na tome dosta poraditi, jer su mnogi hoteli, pogotovo moderni, na granici dobrog ukusa i kiča. Previše često se grade takozvana etno sela, koja su zaista na granici dobrog ukusa ili nemaju mnogo autentičnih osobina. Uglavnom nedostaju hoteli u prirodi, uz jezero - na primer, na Vlasinskom ili na Palić-

kom jezeru (ono što postoji je ispod nivoa prihvatljivosti), sa pogledom na planine (na primer Rtanj), u lepim dolinama, pored manastira koji se po pravilu nalaze u udaljenim krajevima izuzetne lepote. Sve u svemu, kakva se infrastruktura gradi i prezentuje, takav nivo turista će i dolaziti u destinaciju. Treba da postoji ponuda za svačiji ukus i džep. Nije dobro da sve što je sagrađeno i napravljeno odgovara samo domaćem standardu i gostu. Beograd je svakako izuzetak.

*Hotel Vrbak u Novom Pazaru, neobična arhitektura,
ali neuspešna obnova hotela u samom centru grada.*



KONSTRUKTIVNA KRITIKA

Govoreći o različitim aspektima kvaliteta hotela i prijatnosti i pogodnosti za goste, Ivo Mulec je istakao da standardi hotela nisu uvek na nivou zapadnoevropskih zemalja, odakle dolazi većina njihovih stranih gostiju. Sobe nisu dovoljno velike i nisu funkcionalne, vrlo često su kupatila izuzetno mala (pogotovo u renoviranim starijim hotelima, koji su građeni po nekim drugim standardima iz socijalističkih vremena). U većini hotela soba služi kao prostor da se prespava i ništa drugo.

- Mislim da u Srbiji nema „experience“ hotela, niti hotela sa šarmom tipa „relais & châteaux“. Takođe, ne postoje hoteli „adults only“, a često su hoteli „family and kids friendly“. Uglavnom su hoteli napravljeni za ukus i potrebe domaćih gostiju koji su u njima još uvek najčešći posetioci. Spavanje u bilo kom hotelu u Srbiji vikendom je neizostavno praćeno galamom i preglasnom svadbarskom muzikom, što turiste na putovanju veoma uznemirava i ne dozvoljava da se odmore.

Često se dešava da su novi hoteli građeni brzo i od jeftinijih materijala, ili čak nikad završeni,

pa je onda razočarenje gostiju utoliko veće. Recepcije u hotelima, koje su turistima prvi susret sa hotelom, pokazuju da se o njima ne vodi dovoljno računa: često su male, nekomforne, u smislu da nedostaju fotelje, da ne „dišu“, da služe samo za predaju ključeva... Što se bazena ili spa centara tiče, oni su opet organizovani za potrebe domaćih gostiju, često imaju neprimereno radno vreme, pa se zatvaraju prerano, tako da gost koji dolazi u hotel naveče ne može da koristi određene usluge. U Pirotu, na primer, korišćenje spa centra, koji se svodi na dve saune, treba najaviti 24h unapred. Ni u jednom hotelu u Srbiji do sada nisam doživeo da nam je prišao menadžer hotela i porazgovarao sa nama koji ipak radimo duže u turizmu i imamo možda malo više iskustva, i pitao nas kako se osećamo, kakva je usluga, da li možda imamo neke predloge za podizanje kvaliteta usluga i zadovoljstva gostiju. Često imam osećaj da im je to nebitno. Rado bih im ponekad dao konstruktivnu kritiku, ali mi se čini da bi ih to možda i uvredilo. Često primećujem da je problem i parking ispred ili pored hotela, jer arhitekta o tome nisu vodile računa ili postoji neki drugi problem. Ukoliko, na primer, boravimo u hotelima na

NI U JEDNOM HOTELU U SRBIJI

DO SADA NISAM DOŽIVEO

DA NAM JE PRIŠAO MENADŽER HOTELA

I PORAZGOVARAO SA NAMA

KOJI DUGO RADIMO U TURIZMU I IMAMO

MOŽDA MALO VIŠE ISKUSTVA, I PITAO NAS

KAKO SE OSEĆAMO, KAKVA JE USLUGA,

DA LI MOŽDA IMAMO NEKE PREDLOGE

ZA POVEĆANJE KVALITETA USLUGA

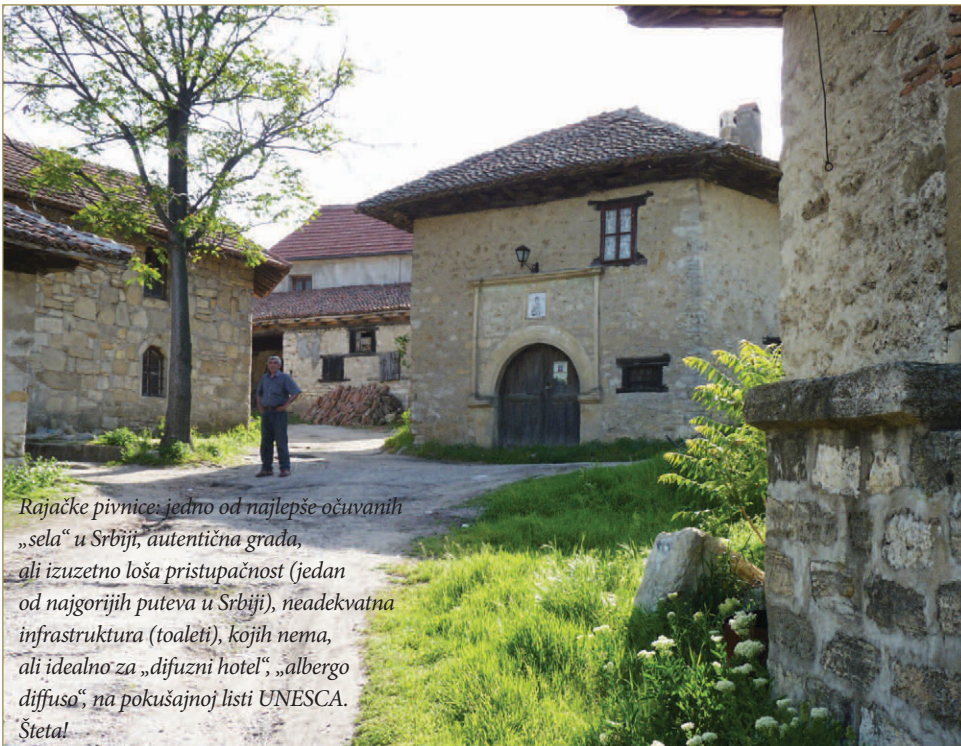
I ZADOVOLJSTVA GOSTIJU...

Zlatiboru, umesto lepe prirode i pejzaža, prinuđeni smo da gledamo krcat parking, slušamo zvuke sirena i dovikivanje nezadovoljnih gostiju koji se uparkiravaju ili isparkiravaju. Zato, na primer, Zlatibora nema u našim programima, jer tamošnji hoteli i pored dobre volje, zbog loše gradnje i neznanja, nisu primereni stranim gostima. Sve se apsolutno svodi na jelo i piće, a pravi turisti, ipak, traže nešto više od toga – kazuje Ivo Mulec.

(NE)ADEKVATAN PERSONAL?

A kakvi su utisci našeg sagovornika o pružanju usluga, o ljudima i njihovoj profesionalnosti, ljubaznosti...? Mulec smatra da je tu još veći problem:

- Velika barijera je jezik. Ali ne samo jezik, nego i poznavanje kulture stranih gostiju i njihovih očekivanja. Na recepcijama hotela personal još i govori neke strane jezike, ali u slučaju konobara nastaje problem, pogotovo kad su u pitanju romanski jezici. Kod grupa to nije tako veliki problem, jer imaju lokalnog vodiča koji prevodi i rešava nastale nesuglasice i probleme, a šta je sa individualnim gostima? Najgore što se može desiti je da imate savršenu hotelsku strukturu i potpuno neadekvatan personal. Za sve to su zaslužni vlasnici i menadžeri u hotelima: personal može sve da nauči, ali su zato potrebni treninzi i konstantan rad sa njima. Pogotovo sa osobljem koje je u dodiru s gostima. Često primećujem da je personal potpuno nefleksibilan: radi samo onako kako im je naređeno i ne pomeraju se ni za milimetar. Opet ističem, u pitanju je trening i iskustvo. Naime, gosti koji dolaze i odsedaju po hotelima imaju često mnogo više iskustva od personala koji u tim hotelima radi. Na žalost,



Rajačke pivnice: jedno od najlepše očuvanih „sela“ u Srbiji, autentična grada, ali izuzetno loša pristupačnost (jedan od najgorijih puteva u Srbiji), neadekvatna infrastruktura (toaleti), kojih nema, ali idealno za „difuzni hotel“, „albergo diffusa“, na pokušajnoj listi UNESCO. Šteta!



Kapetan Mišin breg, sa izuzetnim pogledom na Dunav, zanimljivom pričom i sa svega par soba za iznajmljivanje...



In recent years, among foreign visitors in Serbia, there is an increasing number of Slovenian tourists, who, by experiencing the magic of Belgrade, tend to feel the pleasant hospitality of the Balkan and Serbia in other places. Travel agency Van Gogh from Maribor continuously and strategically brings Slovenians, and also people from Italy and Spain to Serbia. It was our wish to find out from the founder, director and a good connoisseur of Serbian tourism, dr Ivo Mulec, what are their impressions and observations about hospitality in hotels and destinations in Serbia.

zaposleni se veoma malo zanimaju kako bi od gostiju mogli što-šta naučiti i tako podići kvalitet svojih usluga. Interesantno je da u manjim lokalnim sredinama i na destinacijama, osoblje zadržava urođeno gostoprimitstvo, koje je naročito vidljivo u domaćinstvima, zanatskim radionicama ili u vinskim podrumima,

gde lokalni stanovnici, iako malo obučeni, imaju neposrednost i srdačnost koja značajno otvara srca gostiju i nadomešta neke druge nedostatke.

SAVETI ZA NAŠE HOTELIJERE

I sami svesni da je sve što je rečeno prilično tačno, zamolili smo Ivu Muleca da kao iskusan putnik, naučnik, stručnjak,

turoperator, preporuči šta nam je činiti da bismo bili bolji domaćini stranim turistima.

- Pre svega, preporučio bih da se vlasnici hotela, koji često nisu iz ove branše, prvo posavetuju sa stručnjacima za turizam i to naročito pre investiranja u hotele, jer i arhitekta često zaboravljaju na neke detalje čije je nedostatke kasnije teško ispravljati.

Dobri primeri ruralnog smeštaja, urađenog sa stilom i ukusom, u prekrasnoj ruralnoj, vinogradarskoj sredini, sa predivnim pogledom! Takvih objekata treba da je još više.





*OČEKIVANJA STRANIH GOSTIJU
DRUGAČIJA SU OD DOMAĆIH.
HOTELI U SRBIJI DEFINITIVNO TREBA
DA PODIGNU NIVO USLUGE I PRATE
TRENDOVE U SVETU. EDUKACIJA I
TRENINZI SU JEDINO REŠENJE!*

Hotelijeri će morati konačno da shvate da su očekivanja stranih gostiju drugačija od domaćih i da međunarodnim turistima treba pružiti adekvatnu uslugu ako žele da ih zadrže. I tu se često zanemari kontakt, intervju, kratak razgovor sa stranim tur-liderima ili vodičima kako bi dobili povratne informacije šta treba ponuditi stranim gostima da bi bili potpuno zadovoljni.

Što se gradnje novih hotela tiče, to je strateško pitanje na nivou države kao turističke destinacije, ali treba svakako pratiti svetske trendove i graditi savremene hotele koji nude mnogo više od sobe za spavanje i možda dobre kuhinje. Taj skok - od ponude za domaće turiste ka ponudi za strane goste - nije nimalo lak ni jednostavan, naročito u zemljama u razvoju ili zemljama koje su prošle neki duži period krize tokom koje su se oslanjale isključivo na domaćeg gosta. Ukoliko ne dođe do tog kvalitativnog skoka, destinacija se razvija kao Francuska u kojoj je strani gost potpuno izgubljen.

I da ponovim: ono što je kod vas najvrednije je definitivno srpsko gostoprinstvo i dobra volja koja je još uvek autentična i neiskvarena masovnim turizmom. Samo to nije dovoljno. Treba podići nivo usluge i pratiti trendove u svetu. A za to su edukacija i treninzi jedino rešenje - zaključio je Ivo Mulec, dok smo se pozdravljali, uz zvuke harmonike i gitare iz okolnih restorana u Skadarliji koji, nažalost, po mišljenju našeg sagovornika, sve više gube na svojoj originalnosti, autentičnosti, pa i kvalitetu.

Dragica Tomka



Zgode i nezgode TURISTIČKIH VODIČA



Nakon uspešnog prvenca pod nazivom „Turistički vešeraj“, **Maja Rogan** – turistički vodič sa više-godišnjim iskustvom, objavila je novu knjigu simboličnog naziva „Turistički tartufi“, s ciljem da u ljudima probudi avanturistički duh i podstakne želju za putovanjima. Knjiga sadrži 58 vickastih priča iz turističke prakse, a mi vam prenosimo atmosferu sa promocije ove zanimljive publikacije koja je početkom novembra, u prostorijama Turističke organizacije Srbije, predstavljena javnosti. Svoje dogodovštine sa turistima prepričavale su i Majine kolege **Milena Vasiljević** i **Srđan Ristić**, uz pratnju mladih glumaca koji su izvodili skečeve iz knjige.

NAJBOLJI DRUG NA DRUMU

„Pitate se na koji način postati turistički vodič? (...) Najvažnije: treba da zračite pozitivno i dobronamerno kao da tragate za lepotom i to se odnosi na sve koji se bave uslužnom delatnošću, jer to turisti NEPO-GREŠIVO oseće.“

Da biste se bavili poslom turističkog vodiča, preduslov je da budete šarmantni – tvrdi autorka „Turističkih tartufa“, koja nesumnjivo poseduje ovu osobinu. Njena koleginica Milena Vasiljević dodaje da treba biti profesionalan, snalažljiv, fleksibilan i poznavati svoj posao, ali pre svega – svoje klijente i njihovu kulturu, dok Srđan Ristić – „specijalista“ za turiste koji u Beograd dolaze kruzerima, smatra da je neophodno da vodiči imaju jake živce, da budu dobri psiholozi i što je najvažnije: da predviđaju stvari unapred.

- Dugo sam mislio da je najbitnija elokvencija – da o nekoj destinaciji umete lepo da pričate, da ste naučili istoriju, kulturu, arhitekturu, ali mi je jedan kolega skrenuo pažnju da je najvažnija osobina turističkih vodiča predviđanje stvari unapred. Da uvek imate spreman scenario za sve što može da vam se desi na putu, kako vas ne bi izbacile iz takta neke komplikovane situacije poput prebukiranih hotela u kojima vam kažu da nemaju mesta da smeste celu grupu, ili na aerodromu kad vam saopšte da samo 15 ljudi može da uđe u avion, dok za ostalih 25 nema mesta, i onda vam se tih 25 „popne na glavu“ i svako ima neku svoju ideju šta treba da se u tom trenutku radi, ili počne da se svađa sa aerodromskim personalom, a vi morate to da „peglate“ i rešavate. Tako da, dragi moji putnici, kada krenete sa turističkim

vodičem na put, znajte da vam je on najbolji drug na drumu i da će on da uradi sve što bude znao i mogao kako bi vaše putovanje što lepše proteklo. A ako nešto krene naopako, on će biti taj koji će da „vadi kestenje iz vatre“. Zato budite nežni prema vašim vodičima – uz smešak poručuje Srđan.

RAZLIKE IZMEĐU DOMAĆIH I STRANIH TURISTA

„Ova planeta je jedna Božija bašta sa najrazličitijim raznobojnim cvećem. Ima i orhideja, i ruža, i korova, i trnja. Zamisli kako bi samo bilo dosadno da je sve cveće žuto. Tek putujući i upoznavajući druge kulture u Božijoj bašti, možeš realno da sagledaš svoju.“

Turisti se razlikuju shodno obrazovanju, afinitetima, kulturi i zemlji iz koje dolaze. Evo po čemu su inostrani turisti drugačiji od domaćih:

- Turisti sa Zapada manje puše. Naravno, nađe se uvek neki pušač, ali on se prilagođava grupi i ne prave se puš-pauze, dok su one našim turistima najbitnije. Vozač, na primer, izađe da kupi vinjetu, i odmah njih 10 izleće napolje da puši. Ako govorimo o ljudima koji dolaze iz Francuske, Švajcarske, Italije – njima je najvažnije da obroci budu u tačno predviđeno vreme, jer dolazi do pobune u autobusu ako se oko 13 časova ne napravi pauza za ručak. Što se tiče naših turista, oni i ne ručaju, nego grickaju sve vreme u autobusu, a na pauzi idu u šoping i vraćaju se sa gomilom kesa. Ja ih pitam: „Šta ste lepo kupili?“, a oni razočarano kažu: „Ništa!“ - duhovito zapaža Milena, a Srđan se nadovezuje:

- Mi smo društvo u povelju po pitanju razvoja turističke svesti. Nismo mnogo putovali, sem u zlatnom periodu bivše Jugoslavije. I to se oseća: i kada primamo goste, i kada putujemo u svet.

PROBLEMI NA TERENU

„Sve dok budete imali pušačka i nepušačka mesta u jednoj prostoriji, nema razvoja turizma.“

Maja Rogan otkriva i da se, pored sve lepote i prednosti posla turističkog vodiča, neretko dešavaju i neprijatnosti na terenu:

- Ove godine, kao nikada do sada, dešavale su se krađe. To je realnost, i izgovori kako to nisu naši lopovi, nego bugarski, ne piju vodu. Stranim gostima smeta i kada su nazivi ulica ispisani samo ćirilicom i što je dozvoljeno pušenje u zatvorenim prostorijama.

Po mišljenju Milene Vasiljević, problem je to što se, sa znatnim povećanjem broja turista koji dolaze iz inostranstva,



povećava i broj nelegalnih stranih turističkih vodiča:

- Mnoge grupe nemaju lokalnog vodiča, što naš zakon propisuje. Međutim, turistička inspekcija ima pravo da legitimise samo naše državljane, ali ne i strance, tako da oni slobodno i nekažnjeno vode grupe.

Srđan Ristić dodaje da je u Beogradu veliki problem i nedostatak parking mesta za turističke autobuse, ali da su još veći problem – nelegalni taksisti.

- Problem sa nelegalnim taksistima počinje na aerodromu, a preneo se i na prostor kod Skadarlije i Beton hale, gde oko 30-50% navodnih taksi vozila nema TX tablice – tvrdi on.

„Vozio sam se od aerodroma do hotela Moskva oko 50 minuta. Uključio sam

GPS i video da taksista kruži gradom. Tada nisam uopšte reagovao! Čutao sam, prošli smo pored Kuće cveća, Belog dvora, stadiona Crvene zvezde, Muzeja Nikole Tesle, Skupštine grada. Kada smo stigli do hotela, taksimetar je pokazivao 6.000 dinara. Rekao mi je da treba da platim 50 evra. Odgovorio sam: - Ja često putujem i koristim taksi uslugu. Zahvaljujem se što sam sa vama neočekivano video grad. Na internetu je pisalo da cena taksi usluge od aerodroma do centra iznosi 20 evra. Toliko ćete dobiti. Žao mi je što ste propustili priliku da dobijete bakšiš.“

ANEGDOTE

„Ovde dolaze oni (azijski turisti – prim. aut) koji su već sve videli na Zapadu, tačnije završili su s kupovinom. Njima je ovde interesantno, jer se niste još prilagodili azijskom gostu.“

Kada se bavite poslom turističkog vodiča, anegdote su nezaobilazna stvar. Milena i Srđan ispričali su svoje dogodovštine sa inostranim turistima.

- Gosti iz Kine su jedna sasvim drugačija kultura, drugačije putuju, imaju drugačiju svest i onda je susret našeg i njihovog sveta nekad zaista komičan – tvrdi Milena, i nastavlja svoju priču: - Jednom prilikom sam od vodiča kineske grupe načula da oni, kad putuju u Pariz, samo prođu pored Trijumfalne kapije, čak i pored Ajfelove kule i Monmartra, gde stanu samo da bi se fotografisali, ali zato



„TURISTIČKI TARTUFI“ MAJE ROGAN



provode 2-3 dana u šoping u Lafajet galeriji. Par meseci nakon toga, imala sam novu kinesku grupu i potpuno novog kineskog tur-lidera, koji je bio prvi put u Srbiji i koji mi je rekao da on uvek radi zapadnu Evropu i Pariz, i da je on sad prvi put ovde, zamolvši me da mu pomognem koliko mogu. Po završetku obilaska Beograda, oduševljeno mi je rekao: „Mnogo je lep Beograd, baš mi se sviđa! Ovdje ima kulture, ovdje ima šta da se vidi. Ja stalno radim Pariz, ali Pariz nema kulturu, Pariz je samo šoping!“

Srđan je sa prisutnima podelio svoju anegdodu o turistima koji kruzerima

posećuju Beograd:

- Jednom prilikom, dok smo u autobusima na pristaništu čekali da nam se pridruže turisti sa kruzera, ugledao sam jednog gospodina koji nam se približavao noseći ispod ruke nešto što mi je ličilo na bojler iz kog vire neke žice. Kako to biva, prišao je baš mom autobusu i ja sam tad shvatio da on nosi bocu sa kiseonikom, i da iz boce izlaze dve cevčice i vode pravo u njegov nos. Zabezegnuto sam ga pogledao, a on mi reče: „Ceo život sam radio, pa neću valjda da umrem u Misisipiju pre nego što vidim Evropu?! Imao sam tri šloga, al' čekaj da vidiš moju ženu!“ Postavim ja čoveka da sedne na prvo sedište, kad dolazi njegova žena sa otprilike tri hodalice i kaže: „Gde je on?“ Ja joj pokažem. „Je l' vam rekao za tri šloga?“ Kažem da jeste. „E, ja sam imala četiri!“ Sednu oni, a ja molim Boga da će da ostanu u autobusu kad budemo obilazili Kalemegdan, što uvek ponudimo turistima koji se teško kreću, kako ne bi usporavali grupu. Ostanu oni u autobusu, mi odradimo razgledanje Kalemegdana. Međutim, jedna baka padne u povratku, povredi čelo i počne da joj curi krv. Ja trčim do autobusa da kažem ljudima šta se desilo i da nije ništa strašno, pa trčim do bake, pa se opet vraćam sav zadihan do autobusa, toliko da jedva dolazim do daha. U tom trenutku, gleda me ovaj sa „bojlerom“ i cevčicama, izvadi ih, i upita me: „Hoćeš malo?“

NA BRANIKU OTADŽBINE

Sumirajući utiske o svojoj profesiji, Maja, Srđan i Milena jednoglasno su se složili da posao turističkog vodiča nije lak i da nosi veliku odgovornost.

- Kada me neko pita čime se bavim, često volim da kažem da radim na braniku otadžbine. Upravo zbog toga što smo mi vodiči najčešće jedine osobe iz Srbije sa kojima se inostrani turisti susreću i sa kojima imaju priliku da razgovaraju, i od kojih žele da saznaju sve – kako se kod nas živi, kolike su plate i penzije itd. Moji utisci su da su oni vrlo prijatno iznenađeni vodičima u Srbiji. Iznenađeni su našim obrazovanjem, jer ima izuzetno mnogo istoričara umetnosti, inženjera, filologa, pa čak i univerzitetskih profesora kojima je hobi da budu vodiči – otkriva Milena, a Srđan dodaje:

- Turisti i dalje u Srbiju dolaze sa određenim predrasudama, ali se ta slika o našoj zemlji iz godine u godinu popravlja. Na nama, turističkim vodičima je da svoju zemlju predstavimo u pozitivnom svetlu, jer mi smo „spojitelji svetova“ i ambasadori naše zemlje u pravom smislu te reči – zaključuje Srđan.

„Bili ste u Sloveniji? Tamo ste videli da je sve sređeno i čisto kao u bajci. Oni su fini, kulturni, ali kada dva miliona Slovenaca nagne na festival u Guči i na Exit, a posebno za Novu godinu, onda oni postaju Alpski Srbi. Hrvati su kao Srbi, ali su lepše upakovani i to sa mašnom. Oni su kao žena koja je bivšeg muža orobila za stan i od tad je počela da

izigrava revnosnu i brižnu domaćicu. Srbi su narod kome kriza teško ne pada, jer traje od dolaska Turaka. Neposlušni su, kontriraju i okupatoru i svojoj vlasti. Vuk u jagnjećoj koži koji se uporno trudi da postane vegetarijanac, al' mu nikako ne ide. Makedonci su od svih jugovića otišli najdalje. Oni su se u XXI veku vratili u antiku, smatrajući se njihovim potomcima. Klasični kompleks mahlj naroda. Crnogorce treba opisati kroz vic: „Kako razgovaraju dva Crnogorca u Beogradu? - A đe rukovodiš ove godine?“ Bosanci su najbolji ljudi od svih. Imaju veliko srce i širinu, bez kočnica. Bezgranično vole i mrze. Oni su neposredni, topli, srdačni i žive do poslednjeg daha. (...) Tako treba turistima da objasniš naše okruženje.“

Biljana Bosnić Ognjenović



After very successful first title "Turistički večeraj", Maja Rogan – a tourist guide with many years of experience, has published a new book of the symbolic name „Turistički tartufi“ (Tourist Truffles), with the goal of awakening the adventurous spirit in people and stimulating the desire for travel. The book contains 58 funny stories from tourism practice, and we share with you the atmosphere from the promotion of this interesting publication that was presented to the public at the premises of the Tourist Organization of Serbia at the beginning of November. Their experiences with tourists also shared Maja's colleagues Milena Vasiljević and Srdjan Ristić, while young actors performed sketches from the book.

ZIMA 2019



MUJEN LUX
KOPAONIK

Dobro došli



IDEALAN PORODIČAN SMEŠTAJ

SPA & WELLNESS

www.mujenlux.com ☎ +381 64 8697 815

PREPORUČUJEMO:



Zima na salašima

Da je zima najbolje vreme za posetu vojvođanskih salaša, uverila nas je Turistička organizacija Vojvodine kada nas je pozvala na promotivnu turu pod nazivom „Zima na salašima“, koja pored idiličnih salaških domaćinstava, porodičnih vinarija i uživanja u tradicionalnoj hrani i piću, uključuje i obilazak dva najveća grada ove pokrajine - Novog Sada i Subotice, i neizostavno - Palića. Krenuli smo misleći na zimu, a dočekalo nas je toplo gostoprimstvo i srdačnost naših domaćina – Vojvođana.

S obzirom da turisti danas traže jedinstven doživljaj, a salaši pričaju svoju priču o načinu života kroz tradicionalno pripremanje i služenje hrane uz dobra vina, rakije i uz zvuke tamburica u romantičnoj zimskoj idili, Turistička organizacija Vojvodine promotivnom turu „Zima na salašima“ ukazala je na potencijal i lepote, kako salaša, tako i većih obližnjih turističkih centara, poput Novog Sada, Subotice i Palića, svaki sa svojim znamenitostima, prirodnim i kulturno-istorijskim vrednostima, ali i porodičnim vinarijama, koje pored tople atmosfere svojih restorana i degustacionih sala, nude i kvalitetna vina, neka od starih vojvođanskih i slavonskih sorti grožđa, kao što je „kadarka“ u vinariji Tonković. Čini se sasvim dovoljno za okrepljenje tela, uma i duše u miru

ravnice i starinskoj romantici salaša, uz dobro raspoložene i srdačne domaćine salašare, koji su umeli, a umeju i danas da se raduju, da slave i da rado dočekuju goste, od proleća do proleća, od jutra do sutra.

„OSTRVA U MORU RAVNICE“

Salaš kao usamljeni objekat u beskrajnom prostoru vojvođanske ravnice, već sam po sebi budi u čoveku idiličnu i romantičnu predstavu o životu na ovim prostorima. Salaš (mađ. *szallas*), reč koja se često spominje u Vojvodini i Mađarskoj, oslikava nekadašnji paorski način života u ovim krajevima, kada se rad obavljao van sela, daleko, na njivi. Kuću su čuvali drvoredi jasena, bagrema, raznog voća.

Najviše salaša bilo je u okolini Subotice, Sombora, na Čeneju kod Novog Sada, a bilo ih je i



u Banatu, pa i Sremu. Iako tokom godina ratova i promena, salaši gube svoju funkciju, danas kao ostrva „u moru ravnice“, dobijaju novu dimenziju – postaju značajan činilac turističke ponude. Ove osam-

ljene kuće, daleko od gradske gužve, prenose i čuvaju duh starog načina života, postaju





That winter is the best time to visit Vojvodina's farms called "salaš", assured us the Tourist Organization of Vojvodina, when we were invited to a promotional tour titled "Winter on salaš", which in addition to idyllic countryside households, family wineries and enjoying in traditional food and drinks, includes a visit of the two largest cities of this province, Novi Sad and Subotica, as well as the inevitable Palić. We went there thinking about the winter, but when we arrived what awaited us was the warmth of hospitality and hearts of our hosts.



oaze tradicije. Pojavom urbanizacije i industrijalizacije, iscrpljujućeg rada, buke, raznih zagađenja, sve je više onih koji žude za područjima očuvane prirode, čistog vazduha, zdrave hrane. Ljudi se vraćaju i okreću prirodi, zato salaši oživljavaju i postaju simboli turizma.

ZA SVAKU PREPORUKU

Na samo sat vremena vožnje od Beograda, već ćete se naći u idiličnom ambijentu nekog od salaša, gde možete uživati u toploj dobrodošlici vojvođanskih domaćina. Gosti mogu da probaju lokalne vojvođanske specijalitete, poput svečarskih, nedeljnih, bačkih i drugih tradicionalnih ručkova, nasuvo s krompirom i makom, krompiraču, paprikaše, pečenja, da uživaju u gombocama sa šljivama, tašcima i štrudlama.

Kao i u prošlosti, tako su i danas turistički salaši rasuti po Vojvodini. Ako krenemo od severa, najpoznatiji su Majkin i Jelen salaš na Paliću, Salaš Đorđević, Rokin salaš u Hajdukovu, Salaš 137, Brkin salaš, Volić salaš, Mitin salaš na Čeneju, Cvejin salaš u Begeču, Dida Hornjakov salaš i Naš salaš u Gradini kod Sombora, Perkov salaš u Neradinu, Stojšić salaš u Beški, Salaš Stremen u Jakovu i mnogi drugi.

Marija Obradović



Grad sa dva lica

Hanover je grad koji obiluje bujnim šumama i smatra se gradom sa najviše zelenih površina u čitavoj Nemačkoj. To je i grad sajmova, ali i tihi „Red city“. Osim pešaka, ovde vladaju i biciklisti, ulični zabavljači, svirači vergla i pokretni ljudi-roštilji. Ulice oživljavaju oko devet pre podne, a tada kreće i trgovina po šarenim i bogato opremljenim radnjama i robnim kućama... Jer, Hanover je i grad šopinga!

Kada bih počeo da pišem o Nemačkoj, verovatno bi to trajalo danima, jer opisati ovu prelepu zemlju kroz jedan putopis, jednostavno nije moguće. Svi nemački gradovi su slični, a opet nekako različiti. Boravak u Nemačkoj je neopisiv. Kada se vratite u Srbiju, obuzima vas momentalna nostalgija i razmišljanje o Nemačkoj može da traje godinama.

PUTOPISNI „RAJH“

Perfekcionizam, standardni detalji na svakom ćošku bez odstupanja, metroi, saobraćajna i turistička signalizacija, komocija, sloboda... Sve to zajedno stvara blaženu atmosferu. Želeo bih da cela Srbija jednog dana izgleda bar 30 posto kao cela Nemačka u tom smislu. Istorija ove zemlje je neiscrpna i previše duga i sa svojih skoro devedeset miliona stanovnika, ova zemlja spada među mnogoljudnije nacije sveta. Mi je uglavnom poznajemo i pamtimo po ružnim stvarima učinjenim u dvadesetom veku, Trećem rajhu i holokaustu. Ova zemlja je imala tri rajha, od kojih je taj poslednji bio najkraći i, nažalost, najpoznatiji, dok je prvi trajao gotovo 1.000 godina. A ja bih da započnem jedan novi, četvrti – „putopisni rajh“, i to direktno iz

Hanovera, manje poznatog grada u koji vas upravo vodim, a koji je smešten u saveznoj državi ili pokrajini Donja Saksonija.

Hanover je osnovan u ranom srednjem veku na levoj obali reke Lajne, kao malo ribarsko selo na raskrsnici dva puta, čiji su stanovnici živeli od ribarenja i prevoženja ljudi preko reke. Grad se prvi put spominje u 15. veku, u jednom dokumentu u kome vojvoda Oton I priznaje gradske privilegije. U istom veku grad se obavlja visokim zidinama, a u njega se moglo ući samo kroz troja gradska vrata - Lajntor, Ajegidijentor i Štajntor. Tada su izgrađene tri gradske crkve, od kojih je najpoznatija katedrala Sveti Jakob. Hanover je glavni grad Donje Saksonije, koji je rodbinskim vezama dugo bio vezan za englesku aristokratiju, počevši od princeze Sofije, supruge kralja Ernsta Augusta (*Ernest August*) kneza-izbornika Svetog Rimskog Carstva 1692. i njihovog sina – engleskog kralja Džordža I (*George I*), prvog britanskog vladara iz dinastije Hanover. Cela oblast Donje Saksonije kao i grad Hanover, ispostaviće se, biće presudni geografski prostor gde će svoju istorijsku pravdu tokom gotovo jednog milenijuma tražiti tri naroda - tada Germani, Englezi i Francuzi. Taj proces je trajao sve od odlaska





Rimljana sa ovih prostora, pa do kraja Drugog svetskog rata.

POGLED SA GRADSKE KUĆE

Prva stanica na mom obilasku Hanovera je bila možda i najlepša. Dodir sa vodom i velikim veštačkim jezerom *Masche-seen*, nikoga ne ostavlja ravnodušnim, a pogotovo ne većitog pustolova kao što sam ja. Sam Adolf Hitler je izdao naredbu da se ovo jezero napravi, pa ga lokalno stanovništvo i dalje tiho krsti kao Hitlerovo jezero. Pošto je dan bio topao i sunčan, pijem svoju prvu kafu baš na njemu, negde između vode, sunca, šuma i jedne prelepe građevine koju ću uskoro obići i koja se prelama među nabujalim granama u daljini. Hanover obiluje bujnim šumama i smatra se gradom sa najviše zelenih površina u čitavoj Nemačkoj. Gledam u *Rathaus* (Gradsku kuću), koja je, po mom mišljenju, lepša od one u Beču. Prilikom obilaska, po maketama grada u prizemlju otkrivam da je i ovaj nemački grad preživio teška oštećenja prilikom bombardovanja za vreme Drugog svetskog rata. Pre toga važio je za jedan od

najlepših gradova u Nemačkoj. Penjem se na veličanstvenu građevinu neobičnim, providnim liftom koji vozi polu-ukoso. Počinje da mi se vrti u glavi. Stajemo. Puca pogled na jezero u obliku velike lepe bare u daljini i nepregledne šume Donje Saksonije, naspram staro-novog grada nastalog s druge strane ove nastavne građevine. U centralnom delu oslikava se stari grad sa luteranskom katedralom Sveti Jakob, koja predstavlja simbol Hanovera. Katedrala je okružena niskim, tipičnom nemačkim kućicama u stilu *Fahwerk*-a, koji prilično podsećaju na engleski Tjudor stil gradnje iz 16. i 17. veka, ali po objašnjenju jednog nemačkog istoričara umetnosti – nemaju mnogo dodirnih tačaka. Turisti se izlivaju poput reke sa železničke stanice Hauptbahnhof preko velikog trga kojim dominira spomenik Ernstu Augustu na konju, kojeg u šali nazivaju “šefom stanice”. Prolazeći pored taksista u jednoobrazno ofarbanim najnovijim modelima vozila bež boje i na kraju pored gomile parkiranih bicikala – pešaci ulaze u sam centar, kroz *Bahn-*

hof Strasse do trga Kropke ili kroz neku od preostale četiri ulice koje se zrakasto šire od stanice. Za one koji prvi put dođu u Hanover, postoji takozvana “crvena nit” (*Der “Rote Faden”*), linija iscrtana po ulicama i trotoarima, koja vas vodi do samog srca grada. Sve to prilično podseća na Amsterdam, što znači da je ovde železnička stanica prava kapija grada, ali i divno, moderno mesto gde možete doći da nešto pojedete, kupite ili da samo lagano prošetate prolazom ispod stanice, pored niza raznovrsnih radnji koje vas ispraćaju ka severnom delu grada.

GRAD SAJMOVA

Hanover mnogi ne poznaju po starim i sakralnim građevinama, već po nečemu sasvim drugom, novom i modernom. Hanover je, naime, u pravom smislu grad sajmovi, jedan od najpoznatijih u svetu. Tu se, između ostalog, održava i čuveni CEBIT, najpoznatiji svetski sajam IT tehnologije, kao i veliki Sajam teške industrije u aprilu, kada se Hanover sprema da primi još troduplo više stanovnika nego što ih ima, a to je gotovo 600.000!



Hanover is abundant with lush forests and is considered the city with the greenest areas in all of Germany. This is the city of fairs, but also the quiet "Red city". In addition to pedestrians, there are cyclists, street entertainers, verglo musicians and walking barbecue-people. Streets revive around nine o'clock in the morning when starts a trade in colorful and richly equipped shops and department stores ... Because, Hanover is a city of shopping!

Grad je izuzetno razućen, kolima se prelaze velike razdaljine, pa se u njemu osećate kao da ste u nekom gradu s dva miliona stanovnika, jer su i građevine prilićno niske. U gotovo svakom većem gradu u Nemaćkoj dominira veliki toranj, kao novi zaštitni simbol grada, koji se prkosno uzdiže i, kao da poručuje da Nemaćku ništa ne može da uništi, da će se ona uvek izdići iz pepela i biti

još jaća. To važi i za Hanover, gde se jasno vidi veliki Folksvagenov logo na vrhu tornja. Sada je u blizini Hanovera velika fabrika, koja se nalazi u oblićnjem Wolsburgu. Njegova glavna arterija je Hildešeimer štrase, velika ulica koja je mnogo duža, ali i uža od beogradskog Bulevara Kralja Aleksandra.

Zanimljivo da Hanover ima tramvaje, koji u jednom trenutku silaze ispod zemlje, transformišući se u metro, tako da jedno prevozno sredstvo momentalno dobija dvostrukom namenu, a zove se – laki metro. Vrlo zanimljivo i jednostavno rešenje gradskog prevoza, koje tako nedostaje mom rodnom gradu, pomislih.

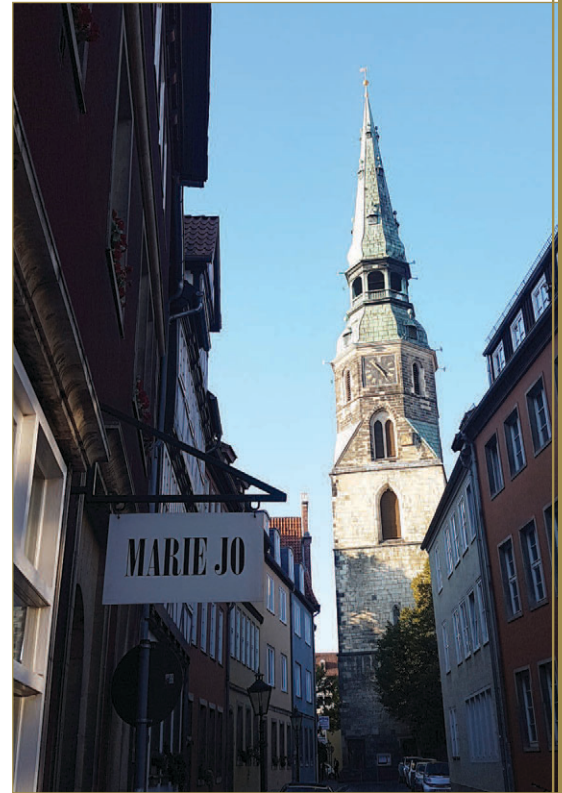
URBANA SCENA I TIHI „RED CITY“

Klima u Hanoveru je vrlo slična klimi u svim ostalim mestima na severu Evrope, sa blagim letima, ne mnogo niskim temperaturama tokom zime, ali sa obiljem padavina čitave godine, zbog blizine Severnog mora, udaljenog svega 150 km. Možda i zato žitelji

Hanovera važe za jedne od „najhladnijih“ u Nemaćkoj, ali s ponosom istiću da se u ovom gradu govori najćistiji oficijalni nemaćki jezik.

Ovo je grad u kojem je nastala poznata hevmetal grupa „Škorpions“, ali Hanover sigurno nije grad noćnog života, niti obećano mesto nekog ludog provoda. Ipak, u njemu je klub koji se zove „Space Age“, koji, kako neki kažu, nema čak ni svemoćni Berlin. Prava, klasićna diskoteka iz nekog prošlog, dobrog vremena, niskog plafona sa centralnom ogromnom disko-kuglom, koja se vrti svetleći u ritmu muzike. Ovde nema separea, strogih pravila, svi se gibaju i igraju u ritmu sedamdesetih, kao i u dobroj i modernoj haus muzici, a dominiraju vrlo urbani likovi, ne tako mladi, ali zato većiti momci. Povremeno di-džeja prati saksofonista, klavijaturista i to zvući savršeno. U klub izlaze starije ekipe Nemaca i stranaca (ako uspeju da uđu), polu-zatvorenog je tipa, nema čak ni svetleće reklame ispred, ni nat-





pisa, niti oznake na ulazu. Tako se autothono stanovništvo na svoj jedinstven način brani od najezde migranata i uopšte ljudi sa strane. Inače, grad je preplavljen Turcima, pa i arapskom populacijom. I za divno čudo, u Hanoveru možete da ispunite i svoje erotске fantazije u mnoštvu javnih kuća, koje su vrlo suptilno sakrivene od javnog života ovog mirnog grada, a ima ih, verovali ili ne, mnogo više nego u Amsterdamu i Hamburgu zajedno i slobodno ga možemo nazvati tihim „Red sitijem”.

GASTRONOMSKO IZOBILJE

Kada je reč o hrani, u Hanoveru možete da uživate u najrazličitijim kuhinjama. Tu možete da probate sve specijalitete Dalekog istoka. Hanover obiluje vijetnamskim, japanskim i kineskim restoranima, ali i restoranima domaće kuhinje sa već prepoznatljivim *wurstom* (kobasicama), koji se ovde pravi na specifičan način i vrlo je ukusan. Ako niste probali balkanske specijalitete u poznatom restoranu “Donau” („Dunav“), kao da niste ni bili u Hanoveru. Ovaj restoran čuvenog

ugostitelja Branka Tunića, predstavlja stecište poznatih ljudi, sportista, političara, pevača i umetnika uopšte. Postoji već bezmalo četiri decenije i predstavlja simbol neraskidivih veza među narodima bivše Jugoslavije.

U otkrivanju ovog grada sa dva lica, imao sam svesrdnu pomoć mog prijatelja Ilije, koji je ujedno bio i moj domaćin. Sa njim sam danima i noćima istraživao Hanover i to čuveno „parče ničije zemlje tri velika naroda”, koje se i dalje zove Donja Saksonija. Hanover je uspeo da opstane uprkos stradanjima i turbulentnim vremenima, pa iako nosi velike ožiljke svoje prošlosti, stalno dokazuje da je - neuništiv. Jedan je od retkih u kojima sam boravio, a da sam sebe mogao da vidim u njemu u budućnosti, kada za to dođe vreme, jer je idealno mesto za miran i stabilan porodični život.

Hanover me je, priznajem, potpuno „kupio“ i zato ovo putovanje završavam čuvenim citatom Henrika Lava, vojvode od Saksonije, Velf dinastije iz XII veka: „Jer, i ja sam sada stanovnik Hanovera”!

Branislav Joković

PUTOVANJE ZA MIRISOM KAFE



Tekst i fotografije:
Dragica Tomka
putnik, istraživač, putopisac

Moja davnašnja želja je da upoznam Južnu Ameriku, pre svega Peru i Boliviju. Ali kada sam videla program putovanja za Kolumbiju, shvatila sam da ću deo duha, istorije, kulture i prirode Južne Amerike moći da doživim i u Kolumbiji. I nisam se prevarila. Crne, širom otvorene oči dečaka iz plemena Taironas, koje smo obišli, živeće večno u meni kao čežnja, kao zbunjenost, kao grubi spoj tradicije i savremenog, kao traganje za idealnim prostorom za život negde u zatvorenoj prirodi. Dve sedmice putovanja avionom, autobusom i brodom omogućilo mi je da zavirim u to veliko bogatstvo.

KOLUMBIJA I BOGOTA

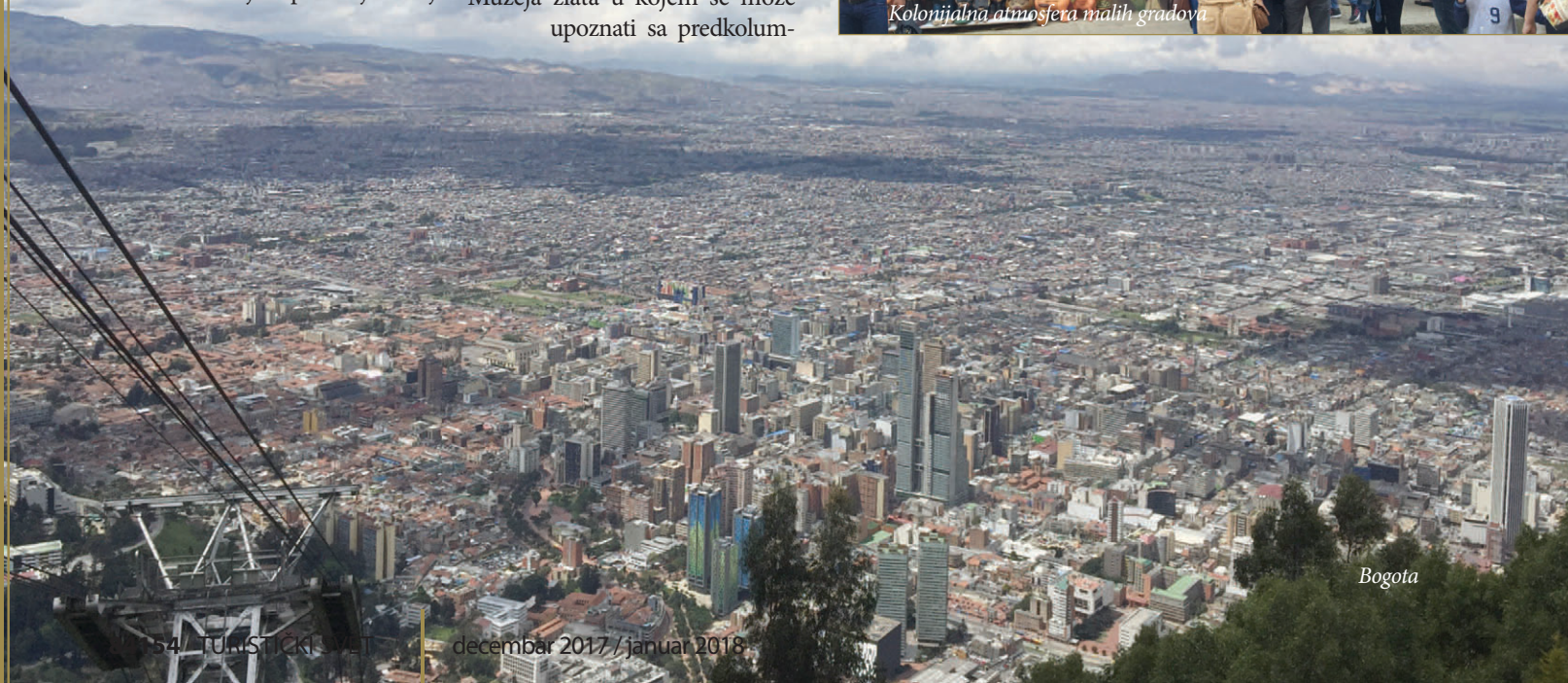
Zemlja znana po Kolumbu, ima toliko toga lepog i zanimljivog da može da pruži pravi doživljaj sveta Južne Amerike. Bogata istorija predkolumba, divlja i vrlo raznovrsna priroda, različiti ljudi, slikoviti mali gradovi i sela, stare kulture... Kolumbiju je teško doživeti tokom samo jednog putovanja. Prostrana je, bogata, sadržajna... Uspela sam, ipak, da posetim veoma zanimljiva, međusobno vrlo različita mesta na kojima sam doživela raznovrsne situacije. Program putovanja, koji je osmislila agencija Van Gogh iz Maribora, bio je vrlo zgusnut ali veoma zanimljiv i pružio je našoj

maloj grupi prave užitke i iznenađenja.

Sletevši u Bogotu, glavni grad Kolumbije još se nismo pomerili od civilizacije, jer je Bogota tipičan milionski grad, ogroman, još bolje - prostran grad, preko kojeg se čitav sat leti avionom! Jedan je, takođe, od najviših, jer je položen na više od 2.500 m nadmorske visine. Sa svojih između 8 i 10 miliona stanovnika, dominantno Južno-amerikanaca, Bogota ima sve oblike stanovanja i sve stilove življenja - od najbogatijih i najsavremenijih do najsiromašnijih. Ipak, najimprezivniji su za mene bili ljudi, izuzev Muzeja zlata u kojem se može upoznati sa predkolum-



Kolonijalna atmosfera malih gradova



Bogota

Naselje plemena Taironas



bovskim periodom i periodom nakon zvaničnog osnivanja grada 1538. godine. Nakon jutarnjeg buđenja doživeli smo jak zemljotres i popriličan strah, dok su stanovnici Bogote, nakon osmatranja situacije, navikli na takve događaje, mirno nastavili da obavljaju svoje jutarnje poslove. Ta mirnoća, neuznemirenost, nepanichenje, udubljenost stanovnika Kolumbije pratila nas je tokom čitavog putovanja. Nakon napuštanja Bogote obišli smo i upoznavali divne male gradove iz postkolumbovskog perioda: Medellin, drugi po veličini grad u Kolumbiji, pa Santa Marta na severu, na obali Karipskog mora, pa manji grad Santa Cruz de Mompos, koji leži na najdužoj reci Kolumbije Magdalen. Svakako je veoma interesantna i za lutanje ulicama grada veoma živa, uzbudljiva Cartagena de Indias.

VILLA DE LEYVA – KOLONIJALNI GRADIĆ U KOJEM ŽIVI ISTORIJA

Severoistočno od Bogote prostire se veliki planinski departman Kolumbije Bojaka (Boyaca). U tom prostranstvu smešteno je više malih naselja u kojima se još uvek može videti tradicionalni život, odeća, doživeti ukus i miris ove regije, videti procesi tradicionalnih zanata i kupiti sijaset različitih proizvoda od keramike, odeće od vune ili mesne prerađevine. Svakako je najzanimljiviji pončo, tradicionalni ogrtač andskih južnoameričkih prostora. Pončo nose stanovnici i danas da ih zaštiti od hladnoće, jakog vetra ili jakog sunca. Mogu se kupiti veoma raznovrsnog kroja, od manjih koji pokrivaju samo ramena, do onih dugih za celo telo. Prave se od različitih materijala: od pamuka, danas i od sintetike, ali oni tradicionalni se svakako tkaju ili pletu od vune. Najviše smo ih mogli videti na ljudima i u brojnim malim načičkanim prodavnicama u najlepšem od tih gradića - Villa de Leyva. Ovo tipično kolonijalno mesto sa oko 14.000 stanovnika, su osnovali pripadnici naroda Muisca, jednog od drevnih naroda Anda iz vremena Inka, Maya i Asteca. U njemu su danas očuvane kuće iz kolonijalnog perioda, 16. veka. Zanimljive, blago strme ulice sa kaldrmom završavaju se na velikom glavnom trgu, jednom od najvećih, površine 14.000 mkv. Trg je popločan kaldrmom tako da se sve strane ukrug spuštaju ka centru trga. Oko trga, u vrlo slikovitim kućama nalaze se kafei, prodavnice, zanatske radionice. Turisti su brojni

i na ulicama se mogu čuti najrazličitiji jezici. Nismo propustili da popijemo šoljicu prave kolumbijske kafe, usput posmatrajući zanimljiv svet i raznovrsne pončoe.

KOLUMBIJA JE I ZEMLJA KAFE

Napustivši ujutru hotel u Armeniji, u srcu Kolumbije, krenuli smo kroz bogatu regiju kafe zvane Kolumbijski triangle (Coffee triangle) ili Osovina kafe (Coffee axis). Taj ruralni kontinentalni deo Kolumbije je vrlo bogat i slikovit. Planinski predeli su zeleni na planinskim stranama na kojima se tačkasto rasprostiru nepregledne plantaže kafe. Posetili smo, prvo, izvanredno slikovit gradić Salento koji odiše tipičnim duhom Kolumbijaca. Kuće su napravljene od palmovog drveta ili bambusa, sa malim balkonima, veoma su šarene, raznobojne, okićene cvećem. U prizemlju kuća su male prodavnice ili kafei u kojima su načičkani različiti proizvodi ili se stiskaju ljudi pijuci isključivo kolumbijsku kafu dok prepričavaju događaje. Pljusak nas je poterao da se i mi uvučemo u neku od tih prodavnica u kojima se peku empanade (male pitice od mesa) i odmah tu i jedu. Niko se nije uznemirio što je kiša lila i slivala se u potocima niz ulice. Nakon toga, džipovima smo otišli do jedne od brojnih plantaža kafe, zvane Ocaso. Ova plantaža, pripremljena za turiste, imala je dobro organizovan prijem, turističkog vodiča, šeme procesa sađenja i branja kafe, a onda smo i sami doživeli berbu kafe. Saznali smo da zrna kafe sazrevaju postepeno, svakodnevno po malo. Tako se na jednom žbunu kafe istovremeno može

Ulica na Glavnom trgu Villa de Leyva



U razgovoru

BRANJE KAFE

Po uputstvu vodiča vezala sam pletenu korpu oko struka. Ispred nas se prostirala mala ogledna plantaža. Zadatak je bio ubrati što više isključivo crvenih, najcrvenijih zrna. Znajući da, sem od zemljišta i klime, od stepena zrelosti zrna zavisi kvalitet kafe, ozbiljno sam shvatila zadatak. Prišla sam prvom žbunu. Ubrala samo dva zrna crvena. Pomerila se do drugog žbuna, još samo jedno zrno. Grane žbuna bockaju i zrna su skrivena svuda po žbunu, poneka nedostupna. Posle par ogrebotina i skoro prazne korpe, shvatila sam da se moram udubiti, otvoriti čula, osvetliti želju za branjem, biti prisutna. I zrna su se pojavljivala. Prošavši kroz jedan deo plantaže, u mojoj korpi je bilo dve-tri šake bobica zrele kafe. Shvatila sam da je to kao i u životu. Ako si pažljiv, svestan svoje želje i namere, prisutan u procesu - bolje vidiš, osetiš kuda da ideš, da ubereš zrelije plodove – poput zrna kafe. Ne može se šakama, odjednom sve, ne može se kvalitet dobiti otresajući grane, jer tada otpada i što treba i što ne treba. Živeti život birajući najzrelija zrna, polako i pribrano, prava je pouka koju sam dobila na toj plantaži.



videti i cvet, i maleno zrnce, i zeleno, ali i tamno crveno zrelo zrno, jer svakog dana neko drugo zrno sazri i dobije sjaj i bordo boju. Upravo zato hiljade berača kafe cele sezone svakodnevno beru zrela zrna kafe koja odlaze u proces čišćenja, cepanja, sušenja. Na kraju nas je vodič proveo i kroz proces kuvanja kafe na kolumbijski način: lagano je polivao tek samlevenu kafu, mlakom vodom kroz platneni filter iz kojeg su se u stakleni bokal cedile mirišljave kapi kafe. Drugi je ukus, drugi je doživljaj i kao da je sasvim neki drugi napitak, potpuno drugačiji od kafe skuwane kod nas.

DOLINA VOŠTANIH PALMI (VALLE DE COCORA), NACIONALNO OBELEŽJE KOLUMBIJE

Iz letnjim pljuskom okupanog Salenta, krenuli smo u brda ka dolini voštanih palmi. Oblaci su bili vrlo nisko i što smo se više peli bili su sve niže i niže. Nismo mogli da vidimo ceo horizont niti plavo nebo, ali ta igra gustih belih i sivih oblaka sa planinskim vrhovima i njihovo smenjivanje je meni bilo zabavno. Dolina je naseljena. Mala seoca čuvaju svoj tradicionalni život. Videli smo seljane koji na zaprežnim kolima vuku neku građu, obilaze svoja imanja na kojima pasu brojna

stada goveda. U selima smo videli kola koja vuku veliku burad sa mlekom i predaju ih zadrugama koje ih dalje nose na preradu. Sir je prvi proizvod ove doline i izvor života meštana. Posle jednočasovne vožnje, popeli smo se do jednog mestašca sa hotelom i restoranom na više od 2.000 mnv, koji je centar ovog Parka prirode. Temeljna vrednost parka je voštana palma, vitka, visoka i do 60 m, palma koja ima stablo čija se kora koristila za građu, a drvo kao vosak za pravljenje različitih stvari. Zbog nekontrolisane eksploatacije, sečenje je sada zabranjeno i počelo se sa sađenjem novih palmi.

AMAZON – DIVLJINA U KOJOJ SVE PREPUŠTAŠ PRIRODI I UČIŠ DA ĆE SVE BITI ONAKO KAKO TREBA AKO SE PREPUSTIŠ

Do Amazona smo stigli avionom, dugo leteći iznad nepregledne prašume, a onda je započela lepa avantura. Sleteli smo u Leticiju, malo naselje, duboko smešteno u Amazoniji na tromeđi Brazila, Perua i Kolumbije. Do našeg odredišta smo se iz leticije vozili brodićima – jedan za putnike, jedan za prtljag. Posle prvih udaha toplog i vlažnog amazonskog vazduha, stali smo na sred prostrane, moćne, brze, mutne reke. Tromeđa. Tri zemlje se dodiruju u ovoj jednoj tački. Jedna od tih zemalja je moj san dugi niz godina. Mogla sam misli da pošaljem do Perua i obećam skorašnji dolazak. Tačka tromeđe, nema granice. U



Atmosfera kafea u Salentu

CEREMONIJA SAĐENJA VOŠTANE PALME

Nakon popijenog divnog napitka el canelato (slatkog, cimetom obogaćenog), koji nas je ugrejao, domaćini su nas poveli u razgledanje nove plantaže voštanih palmi. Jedan deo plantaže, odakle se posle nekoliko godina palme presađuju po planinskim stranama, bio je namenjen posetiocima. Ponudili su nam da zasadimo nekoliko sadnica voštane palme u rasadniku. Jednu stabljiku sam uzela i ja, kao jedina iz Srbije. Ceremonija sađenja je bila više nego uzbudljiva, o čemu svedoče suze koje se nisu mogle sakriti iako nas je obilno zalivala jaka kiša. Nas petoro je u rukama držalo po jednu palmu. Vodiči su nas poveli u kratku meditaciju tokom koje smo našem izdanku palme preneli želje za zdravljem i dugim životom, i ljubav. Potom smo izdanak lagano spustili u rupu u zemlji i pokrili rastresitom zemljom, s molbom da toj biljci Pacha Mama - Majka Zemlja da snagu, čvrstinu i vlagu. A onda smo se dizali gore, visoko, visoko sa rukama iznad glave, moleći Oca Sunce da biljci da svetlost, toplotu i snagu i da visoko raste. Na kraju smo svoju nameru sa ruku sprali vodom preko zemljom pokrivena male sadnice, dodajući



Ceremonija sađenja izdanka voštane palme

joj malo soli iz mojih suza i mnogo ljubavi koja će pomoći da ta mala biljka postane velika i da za 50 godina, koliko joj je potrebno, poraste 60-tak metara! Na kraju smo svi u grupi stali u krug oko naših sadnica i zagrlili se kako bi razmenjena i sjedinjena ljubav Kolumbije, Slovenije i Srbije razvila spregu bratstva, vezu među ljudima dobre volje. Naši divni vodiči Carlos i Gustavo poručili su nam tada: "Ukoliko budemo u ravnoteži i naša biljka će tako rasti. Neka nam to bude motiv da živimo s ljubavlju i u ravnoteži".



Dolina voštanih palmi

životu nema granice. Ovde duboko u amazonskoj džungli nema tačke prelaska. Ljudi se slobodno kreću kuda im je potrebno. Puno različitih etničkih grupa, čiji pripadnici govore svako svojim jezikom, a sporazumevaju se, sem rukama, glavom i mislima, španskim jezikom. Najbrojniji su Taikune – drevno domorodačko pleme koje se do danas održalo sa svojim jezikom, običajima, šamanizmom. Plovidba glavnim tokom Amazona je bila uzbudljiva više zbog samog saznanja da smo u Amazoniji. Zaustavili smo se na plovećem ostrvu sa restoranom, terasom i vidikovcem, izgrađenom od bambusovih grana. Tu smo dobili divan domorodački ručak sa ribom i povrćem iz Amazonije, te čajem od amazonskih lekovitih trava na kraju. Put smo nastavili brzom vožnjom, sve dok nas pljusak nije usporio, a onda pojava jedne, pa druge ogromne, prostrane duge s kraja na kraj širokog Amazona nije i zaustavila. Uzdasi, fotografije, pružene ruke, neverica. Toliko lepote i divljine u jednom momentu.

Ubrzo smo stigli u Puerto Narinjo. Malo naselje usred Amazonije, sa dva paralelna reda kuća na obali Amazona. Kuće prvog reda su podignute na drvenim stubovima, kao sojenice, zbog velike amplitude nivoa reke. Ispred prvog reda kuća ogromni i moćni Amazon, iza drugog reda kuća prostrana amazonska džungla. Rekli bismo stišneno između dva zgusnuta prostranstva. Ali nije se osetila ta stišnjenost. Ljudi su se svuda kretali,



Amazon



My longstanding desire is to meet South America, primarily Peru and Bolivia. But when I saw a travel program for Colombia, I realized that I would be able to experience some of the spirit, history, culture and nature of South America in Colombia. And I wasn't wrong. Black, wide opened eyes of the boys of the Taironas tribe, which we have visited, will live forever in me as a longing, as confusion, as a rough blend of tradition and contemporary, as a search for an ideal living space somewhere in an excluded nature. Two weeks of traveling by plane, bus and boat made it possible for me to look into this great richness.



Život u Amazonu

lagano, opušteno, lako obučeni zbog velike temperature i vlage. Vazduh je u Amazoniji gust, topao, vlažan. Teško ga je disati. Koliko je u Bogoti trebalo puno udahnuti za

malo vazduha zbog razređenog vazduha i nadmorske visine, tako je ovde trebalo duboko disati za malo vlažnog vazduha. Dok smo lagano išli ka našem prebivalištu i dok

KROZ MRAČNU PRAŠUMU AMAZONA

Bila je to snažna avantura. Krenulo nas je samo 6 najhrabrijih. Kiša je neprestano lila. Obukli su nam čizme (meni za dva broja veće, pa je stopalo imalo dvostruki hod: u čizmama i sa čizmama). Kišnih kabanica nije bilo. One što smo imali, kao i sve ostalo na nama - bilo je nakon 15 minuta mokro. Kretali smo se uz baterijske lampe i pratnju lokalnog vodiča prijatnog glasa, koji je uspeo da nam unese respekt prema prašumi noću iz koje na nas vrebaju gmizavci, gušteri, otrovne male žabice, raznorazni pauci do onih najvećih - zmija, sa drveća lijane, bodlje tropskog drveća i sve uvijeno više kreštanjem nego pevanjem bezbroj raznih ptica. Dobro. Tu sam. Uдах i napred. Na početku samo klizav, a onda i blatnjavi puteljak, vijugao je između visokog drveća. Vodič je svetlom pokazivao razna živa bića. Padali smo jedan po jedan, kao po komandi, ne znajući kako da ustanemo iz debelog blata kada ni za šta ne smemo da se uhvatimo. Prošla sam kroz taj deo prašume menjajući svakih 10 minuta svoje emocije – znatiželja, pa hrabrost, postepena adaptacija, snažan bes, nervoza, otpor kretanju dalje, pitajući se: Zar sam ovo htela? Zašto nas ne vratite nazad, dokle ćemo ovako? Sledilo je potpuno nestajanje motiva i želje da se vratim? Da se vratim, ali kuda i kako? U jednom momentu smo zastali da podignemo troje koji su pali u debelo klizavo blato. Uдахnula sam, zažmurila, pogledala u nebo koje nisam videla: o Bože moj, u blatu sam do kolena, ništa ne vidim, potpuno sam nezaštićena, gacam po mraku zaglavljena između blata i lijana koje su se motale oko celog tela, potpuno mokra, po meni padaju krupne kapi koje sa gustih grana nanose sokove insekata, prahove bilja... Ne mogu nazad, ne mogu napred! Šta mogu? Duboki uдах, koncentracija na unutra, u centar mira koji mi je poznat. Šta mogu? Šta sada? Pustiti! Spasonosno rešenje. Pustiti! Prepuštiti se. Uдахnuti i shvatiti da si jedno sićušno biće koje je u nekim situacijama samo deo svega uklopljen u jednost. Uдахnuh. Pustih sve što sam mogla i čudo se događa. Stajemo svi zajedno. Gase se sve baterijske lampe. Totalni je mrak. Tišina. A nije tišina. Prašuma ima milion zvukova. Svi su nepoznati. Glasni. Obuhvataju ceo prostor. Oči ne vide, ali su ostala čula aktivna. Slušam. Uдиšem. Mirišem. Spokoj. Osećam da sam deo svega toga. Strah nestaje. Sigurnost je tu. Sve što mi je potrebno je tu. Mir.

Chevere! (Dobro. Sjajno. Sve je dobro!). Krecemo nazad. U daljini se vide prvi slabasni pramenovi svetlosti sa sijalice ispred drvene kućice u kojoj ljudi žive sa prašumom. Život je tu. Put se nastavlja.

su nam momci lokalne agencije nosili kofere, mogli smo da uživamo u slobodnoj i maštovitoj igri dece. Bez igračaka, bez šarene skupe plastike, oni su trčkali, skakali, pentrali se, šutirali loptu, ljuljali se na granama drveća, bacali kamenčiće u vodu. Deca su bila vesela i sasvim uklopljena u taj prirodni ambijent. Popularnost Amazona i amazonskih šamana (kuranderosa) i bilja je očito i ovde doprla. Više kuća u selu je pretvoreno u male, veoma skromne hotelčiće, najbogatijih ljubaznošću domaćina koji su se trudili da nadoknade nedostatak svetla (zbog oluje) i vode, zbog brzo nadolazećeg Amazona. Hrana je bila posve jednostavna a ukusna – malo dinastanog slatkog krompira, drugog mešanog povrća i čaja od amazonskog bilja. Poslastica - banane. Posetioci ovog malog naselja su avanturisti pretežno iz Evrope, u malim grupama. Uveče su nam domaćini organizovali za mene nezaboravnu i duboko poučnu avanturu.



Život u Amazonu

I šta sada zaključiti? Šta sam zapravo želela, a šta uspela da vam prenesem? Ne znam. Znam samo, da kad god se setim nekih od ovih momenata sa divnog dvonedeljnog putovanja po dalekoj, prostranoj, nadasve raznovrsnoj Kolumbiji, osećam da su neki od tih utisaka duboko utkani u mene, u moje misli, emocije, u moj život. Ne kao sećanja, nego kao stvarnost, svakodnevnica. Skuvam kafu na kolumbijski način, sednem u miru i spokoju, ogrnem topli pončo, iz činije pažljivo odabirem najzrelija zrna grožđa, osetim topli pogled crnih očiju dečaka Tairona i usmerim se na moje cveće na prozoru, prizivajući u sećanje male voštane palme. Divno. Srećno. Čevere!

Kiklopi za „SITAN SOMOT” Kopaonika

Svake noći ratraci, najmodernije mašine za sneg, pređu stotine kilometara praveći savršene ski staze pod komandom snežnih pilota. Sve to traje do devet sati izjutra sledećeg dana, kada skijaše dočekuju potpuno nove, ispeglane staze.

Samo što su poslednji skijaši zamakli u sobe, a svetla kopaoničkih hotela svetlucala kroz mrak, stale su i poslednje „žice” ka „Pančiću”, „Karamanu” i „Krstu”. Sneg je sve jače padao, magla se nadmetala sa tamom ko će više da zatvori pogled ka lepotama ovog najvećeg, a „zavisnici” od Kopaonika tvrde – i najlepšeg ski centra jugoistočne Evrope. Ostali smo skoro sami, u već potpuno zavejanom mraku nešto pre pet popodne, očekujući da pođemo u noćnu avanturu zavejanim padinama, po dogovoru sa direktorima JP „Skijališta Srbije”.

Iznenada, kako to biva u Karpenterovim horor ostvarenjima, jer su magla, mrak, vetar, sneg i hladnoća (-4°C) oblikovali filmsku inscenaciju, pojavila su se svetla sa svih strana. Kao prepotopska čudovišta iz deluvijalnih vremena, mašine od 500 i više konjskih snaga su „navirale” iz raznih pravaca ka početku žičara, mestu sastanka. Skoro „nečujno” i pored ogromnih gabarita, našli smo se u krugu moćnih ratraka, kao slični insekt pred presudu



Snežni piloti pred početak posla

ovih „kiklopa za sneg”, ali sa više „očiju” (jakih manjih farova i jednog pokretnog, velike snage, na sredini). Odjednom su se spustili „noževi” pet metara dugački, motori se utišali, a iz kabina počeli da „izviru” ljudi. Svaku noć pređu u ovim savršenim, robotizovanim, pokretnim fabrikama za pravljenje idealnih skijaških staza i po 300 kilometara. Sve to do devet izjutra sledećeg dana, kada skijaši na novim, ispeglanim stazama zamišljaju da

su Stenmarci, Križaji i Tombe. Za one koji ne znaju kako izgledaju strmine – staze nakon skijaškog dana, treba objasniti da liče na bojno polje sa brdima snega – hupserima i pravim pravcatim kraterima, prečnika od po nekoliko metara. Ono što čini jedan centar vrhunskim za skijanje, predstavljaju, po svetskim standardima, svako jutro do savršenstava „ispeglane” staze, koje smanjuju broj povreda na promile.

KOMPJUTERI, „TOPOVI“ I „ŽIRAFE“ ZA SNEG

Staze moraju da budu kao „sitan somot“, kažu nam ljudi iz ove ekipe koji špartaju svaku noć po sunovratima ski centra. Iskusnim okom, kompjuterskom grafikom terena određuju dubine noževa, koliko zasecaju i ravnaju sneg na stazi, ubacuju vazduh frezama i ravnačima u pokrivni sloj staze, sprečavajući pravljenje leda koliko god je to moguće na polarnim temperaturama ove surove, 2.000 metara visoke planine. Gomile informacija se očitavaju na 17-inčnom ekranu kompjutera, a nakon upoznavanja sa ekipom „polarnih vozača“, stalnom radio vezom naređuje se pokret tačno utvrđenim planom i nalogom rukovodilaca nakon inspekcije staza. Ljudi u narandžastim prslucima motornim sankama špartaju čitavog dana po stazama i kontrolišu bezbednost. Informacije šalju u centar, gde se zbiraju i upozoravaju na sve „udarne“ snežne rupe i opasnosti koje svakoga dana naprave desetina hiljada skijaša, neprestano „svlačeći“ sneg sa pla-

nine. Pored elektronike i iskustva, „oči i uši“ svega što se dešava u toku noći su ljudi na moćnim motornim sankama. Bilo da je minus deset stepeni Celzijusa, na vrhovima, uz olujni vetar, maglu i vejavicu, kao te noći, umesto kao mi u toploj kabini svemirskih mašina, oni krstare kroz snežnu oluju i radiom izveštavaju o situaciji na stazama. Govore o vetrom pokidanim zaštinim mrežama, stanju „topova“ i „žirafa“ za pravljenje snega, koje su radile i pored obilja padavina. Jer, prevoji i brisani prostori na vrhovima, pod olujnim vetrom, pretvaraju se u čist led, pa su svim takvim mestima morali da se specijalno bave i „rasplaniraju“ dodatno napravljene količine snega.

„DŽOJSTIK“ OD POLA MILIONA EVRA

Na naše pitanje kako se ne izgube u magli, vejavici i vetru, dok smo, praveći staze iza sebe, grabili ka Pančičevom vrhu, pričaju zaljubljeno o ovim najmodernijim ratracima i školovanju u centrima Austrije i



Savršene mašine za sneg

Švajcarske. Morali su da prođu sve obuke, da bi držali „džojstik“ – upravljačku palicu ove 12 tona i 5,5 metara dugačke i skoro pola milona evra vredne „savršene“ mašine. Tvrde da im ne bi vredeo GPS – satelitsko navođenje, da po magli i mraku ne znaju svaku stazu i bogazu Kopaonika. Iako sam centar ima oko 75 kilometara ski linija, prilaznih i veznih puteva između staza, samo za noć, pored prosečne širine

BEZBEDNOST PRE SVEGA

U najvećem ski centru regiona Kopaonika (a isto je i na drugim planinama koje pokrivaju instalacije JP „Skijališta Srbije“: Zlatiboru, Staroj planini, Divčibarama, i drugim), najviše se insistira na bezbednosti skijaša. Inspekcija JP „Skijališta Srbije“ revnosno upozorava neodgovorne skijaše, ali i bahate vlasnike motornih sanki kojima pišu prijave, dok se skijašima čak i oduzimaju „ski-pasovi“ za ugrožavanje bezbednosti na planini. Jedna od akcija JP „Skijališta Srbije“, da svakom mlađem od 15 godina daju kacigu na korišćenje dok traje „ski-pas“, pokazala se prošlih sezona kao veoma vredna i smanjila rizik od povreda najmlađih. Za Kopaonik se smatra da ima još potencijala za širenje sistema staza, da ukupno dostignu čak 100 kilometara. Procenjuje se da je evidentno povećana bezbednost i bolji rad svih službi ovog javnog preduzeća u prošloj sezoni, od najvećeg značaja za porast broja turista i razvoj ove grane turizma.



Every night, ratracks, the most modern snow machines, go hundreds of kilometers by making perfect ski trails under the command of snow pilots. All this lasts until nine o'clock in the morning the next day, when completely new, flattened trails are welcoming skiers on Kopaonik.

Pravi staze, ali služi i kao diizalica

LOSOS ILI „PASULJ SA REBARCA SUVA“

Šta se jede na planini okovanoj snegom i ledom, kada temperatura odlazi u „debeo“ minus, a skijanje troši kalorije? Kažu stručnjaci da jedan skijaški dan podrazumeva vreme rada žičara od 9 do 16 časova. Skijanje na zahtevnijim stazama može da potroši i do 2.500 kalorija, što ga čini jednim od fizički najzahtevnijih sportova. Iz kuhinje hotela „Angella“ lanca „MK Mountain Resort“, kažu nam da zbog toga svakoga dana, za prosečno 300–400 gostiju prave obilne, raznovrsne i kalorijski bogate obroke, upravo zbog velikog utroška energije. Kuvari su iskusni, pojedini su proveli sa skijašima u Alpima više od decenije, pa u zaista bogatom i raznovrsnom švedskom stolu od desetine jela, priloga, salata i poslastica, trude se da zadovolje sve nutritivne zahteve struke, ali i gosta. Ipak, čudo su naše naravi i navike, pa uporno tražimo, iznova, pored dimljenog lososa, bifteka, ćuretine i raznovrsnog ribljeg menija, neizbežni čorbast pasulj sa rebarcima, kao i da se ponovi, preko reda, svadbarski kupus sa suvim mesom ili sarme. Svakog dana, od sedam ujutru do 21 čas uveče, u kuhinji se sve kontroliše, od nabavke do izvedbe, sve što pod dirigentskom palicom šefa kuhinje proizvede 25 kuvara i pomoćnika. Asistenti šefa kuhinje poznati su po „karvingu“, ali ne onom skijaškom, već seckanju lubenica, dinja, ananasa i drugih voćki za ukrašavanje „švedskih stolova“ i pomažu kod najzahtevnijih poslastica. Dnevno se priprema sedam menija gde se za svaki pojedinačno pripremi oko 25 kilograma belog, crvenog mesa, piletine, ćuretine, i kvalitetne morske ribe i isto toliko povrća, salata, voća, kao i testenine. Čuveni su po svojoj izvedbi bečke štrudle, koja prva nestane sa poslužavnika, onako vruća i hrskava. Za čitaoce „Turističkog Sveta“, evo recepta za jedan kaloričan skijaški obrok:

Skijaški obrok

Za četiri porcije oprati kilogram i po krompira, skuvati ga u ljusci, oljuštiti i iseckati na kockice. Potom sve propržiti na puteru par minuta i posuti sveže iseckanom vezom peršuna. Od „laks karea“ tanko isečenih kilogram šnicli omekšati udaranjem u najlonskoj kesi, jednu po jednu, posoliti i potom peći na vrelom puteru ili u fritezi. Pre pečenja, svaku šniclu uronite u mešavinu brašna, jaja, mleka i sitne prezle (mrvice). Bečku pitu sa jabukama nije obavezno da imate, ali zato bez kvalitetnog „šardonea“ nemojte ni započinjati pravljenje kaloričnog ski obroka – uvereni su ovi stručnjaci.

Borovnice i čokolada za energiju



Kuvano vino i kolačići od marcipana



Spust uz "sitan somot"



Fabrika snežnih staza u akciji

OČEKUJU SE JOŠ BOLJI REZULTATI

Na našem najpoznatijem skijalištu, prošle zime sistemi za veštačko osnežavanje radili su 91 dan, gde je proizvedeno više od 980 hiljada kubika snega, zahvaljujući kome je sezona tekla nesmetano i bez prekida u radu. Zato je ski centar Koponik radio i u „snežnim džepovima”, kada je temperatura bila visoka. Najviše skijaša na stazama Koponika zabeleženo je 16. februara – oko 10 hiljada, a najviše snega bilo je 14. marta, oko 65 centimetara

- Prethodne sezone ostvarili smo odlične poslovne rezultate, pa su time značajno povećana sredstva uplaćena u državni budžet. Najuspešnija zimska sezona i rekordno ostvareni rezultati tokom letnje sezone, doprineli su da preduzeće ostvari značajno povećanje prihoda – rekao je vršilac dužnosti direktora JP „Skijališta Srbije” Dejan Čika. Izrazio je i pozitivna očekivanja za naredni period i novu sezonu: – Očekujemo veliki broj skijaša, domaćih i inostranih, pa samim tim još bolje rezultate – istakao je Čika.

od oko 50 metara, svaku ski stazu moraju da prođu barem 3-4 puta, bez „planiranja”, „svlačenja” i nabacivanja sa ivice staza, pa potom ravnjanja snega. Pređu do devet ujutru i po 300 kilometara i potroše i do 200 litara goriva za noć. Jer, ratraci troše od 15 do 30 litara goriva po satu rada. Kreću se u savršenoj formaciji, jedan iza drugog, po mraku, dok moćni reflektori ne osvetljavaju više od par metara planine, zbog guste magle i olujnog vetra. Tri ratraka zatvaraju – „peglažu” oko 15 metara staze iz „jednog prolaza”, kako kažu. Na svakoj većoj rupi i hupseru se zadržavaju dodatno nabacujući sneg sa strane staze, kao i kod početaka žica, na rampama koje specijalno prepariraju i nivelišu.

„SANKE” TEŠKE 12 TONA

Poseban doživljaj bio je kad smo stigli do jedne od najzahtevnijih, ozbiljnih staza Kopaonika, legendarni „Gvozdac”. Možete li da zamislite „pad” – nagib crne staze „Gvozdac” od skoro 70 odsto, gde su nam

„snežni piloti” dali posebne instrukcije gde da se držimo, jer kad smo krenuli nizbrdo, više nije bilo zaustavljanja. Sreća što su magla i vejavica zauzdavali pogled, jer znamo kako izgleda skijati na ovom strmeku i po sunčanom danu. Specijalne tehnike rada, mirno nam objašnjavaju ovi iskusni stručnjaci, potrebne su za ovakve „kosine”. Jer, pogrešno spušten nož odiže aluminijumske gusenice i ratrak se ponaša kao skupe dvanaestotonske sanke, i polazi nekontrolisano niz ovaj strmoglav. Povratka za sledeće spuštanje ide preko veznih puteva i druge staze „Ledenice”, jer nemački stručnjaci nisu predvideli da ratraci guraju sneg uzbrdo, uz stazu od 70 odsto nagiba, kao što je „Gvozdac”. Samo neprestana komunikacija, beskrajna ozbiljnost i saveti manje iskusnim kolegama, omogućavaju bezbedan rad ovih snežnih astronauta. Jedan pogrešan dodir upraljačkog „džojstika”, koji uz silne dugmiće i položaje ima 16 funkcija, gde se uz sve ostale komande i ekrane zaista osećate kao

u avionu, a ne specijalnom vozilu za sneg, može da napravi katastrofu, da ugrozi život snežnih pilota, ali i preskupu mašinu. Imaju stalno nepredviđene situacije, spuštanja po strance ili upadanje u rupe na krajevima staza, ali sve je to, kako kažu, kontrolisana opasnost posla. Tu ne računaju noćne susrete sa zečevima, lisicama i vukovima, medveda još nisu videli. Posle par sati provedenih sa ovim ljudima i noćnih snimaka savršenih „tehnoloških čudovišta”, ostavljaju nas u jednom prolazu kraj centra naselja. Oni uz pozdrave odlaze u maglu, vejavicu i noć, da umesto dočeka Srpske Nove godine, naprave kilometre besprekornih staza, za sve koji će se ipak pojaviti u jutarnjim časovima na žicama. Većina posetilaca, skijaša i ne zna koliko rada, truda, opasnosti, sredstava, skupe tehnike, stoji iza ovih snežnih pilota i njihovog kopaoničkog „sitnog somota”.

Tekst: D.K. –I.

Foto: D.K.–I, JP „Skijališta Srbije” i MK „Resort”



SRBIJA – POSTOJBINA 18 RIMSKIH IMPERATORA

Razvoj arheološkog turizma usko je povezan sa nizom naučnih disciplina, kulturom i istorijom, a iskopine i zaostavština slavni drevnih civilizacija – velika su turistička šansa Srbije.



Miomir Korać

Mnogi pamte projekat „Putevima rimskih imperatora“ – začetak dugotrajne vredne ideje koja je, uz Viminacijum, promovisala niz kulturno-istorijskih i arheoloških tačaka u Srbiji i otvorila novi pravac turizma kod nas, inače već veoma razvijenog u svetu. Kada su na jednom od međunarodnih naučnih arheoloških skupova, još davne 2004. godine, o ostacima Rimskog carstva arheolozi iz Velike Britanije pitali, pomalo maliciozno, da li je na našim prostorima rođeno 17 ili 18 rimskih imperatora, profesor doktor Miomir Korać je odgovorio:

- A koliko ih imate vi, ako nama osporavate 18–og Justinijana (rimski imperator Justinijan iz šestog veka je „sporan“ jer, zapravo, vlada nesaglasje o vremenu propasti Rimskog carstva)? Nama je u Srbiji dovoljno i 17!

Od 27. godine pre nove ere i imperatora Avgusta, bezmalo četvrtina svih dobrih, ili loših vladalaca Rimske imperije (a bilo ih je 84), koja se prostirala od Velike Britanije, pa sve do afričkih obala Mediterana, bilo je poreklom iz Srbije. Naučnik koji je istakao i uobličio ovu istorijsku istinu, tvrdi da ova ideja u sledećim decenijama nauci, kulturi i turizmu Srbije može da donese veliki napredak. Projekat su podržali Turistička organizacija Srbije i Evropska turistička komisija.

VIMINACIJUM SA „ONOG“ SVETA

Naši arheolozi M. Valtrović i M. Vasić nisu ni slutili krajem 19. i početkom 20. veka, kada su započeli istraživanja na desnoj obali Mlave i lokalitetu Čair – samo 13 kilometara od Požarevca, u rejonu sela stari Kostolac i Drmno, da su otvorili fantastičnu kulturno-istorijsko-naučnu priču, koja će trajati generacijama. Srbiji će, kako tvrdi prof. dr Miomir Korać, doneti naučno-istorijske prednosti u svetu arheologije, ali i turizma. Viminacijum, antički rimski grad, jedan od najznačajnijih vojnih logora kraj Dunava i severnog limesa Rimskog carstva, zahvata prostor više od 650 hektara. Bio je glavni grad rimske provincije Gornje Mezije, a zapravo ponikao kao značajno vojno sedište i prvobitno naselje na teritoriji keltskog plemena Skordiska. Sama važnost u antičkom svetu i veličina Viminacijuma zapravo su rezultat više činjenica. To su: izuzetan geografski položaj, bitan u sistemu odbrane severnih granica Carstva, potom u mreži komunikacija i trgovinskom prometu, bogato poljoprivredno-ekonomsko zaleđe u dolini Mlave i blizina najvažnijeg komunikacijskog antičkog puta – reke Dunav. Samo naselje kraj važne vojne tačke dobilo je gradski status u prvoj polovini drugog veka, najverovatnije oko 117. godine nove ere, kada dobija i ime Viminacijum Elijum Hadrijanum. To je bilo u vreme Hadrijanove vladavine, koji je u Viminacijum često dolazio, organizovao lov i važne sastanke. I pored epidemije kuge za vreme Marka Aurelija, istraživanja pokazuju da se zaraza i pošast starog doba, koja je uništavala čitave civilizacije, nije odrazila na



ekonomski prosperitet, jer je već u prvoj polovini trećeg veka grad bio u punom procvatu i snazi. Iz egzaktnih izvora, zna se da je u vojnom garnizonu boravila stalno sedma legija Klaudija Pija Fidelisa, a povremeno i četvrta. Grad i vojni garnizon, u istoriji dugoj čak šest vekova, imao je dinamičan razvoj i bio mesto susretanja kulture Istoka i Zapada. Ostaci više od 14 hiljada grobova i nekropola, zidine, umetničke radionice, trgovci, hramovi, pozorišta, kupatila, ulice, hipodrom, akvadukti, imaju amanet vremena. Da se nađu na svetlu dana, iz oranica u kojima su vekovima čekali da budu otkriveni i postanu deo svetskog, ali pre svega, našeg kulturnog nasleđa. Simbol prepoznatljivosti oblasti uz Dunav i jednog imponantnog projekta o 18 rimskih imperatora sa prostora Srbije.



From the 27th year BC and the Emperor August, almost a quarter of the emperors of the Roman Empire, which ranged from Great Britain to the African coast of the Mediterranean, originated in Serbia. A scientist who emphasized and shaped this historical truth, professor Dr Miomir Korać, claims that this idea in the coming decades can bring Serbia's science, culture and tourism a great deal of progress.

Viminacijum, od kog se i krenulo u realizaciju ideje profesora Miomira Koraća, živi već nekoliko godina svoj istorijski, naučni, umetnički, državni, ali i sve više – turistički život. Poslednjih godina, u arheološko-naučno-istraživačkom centru boravi stalno 15–20 doktoranata iz arheologije, fizike, geofizike, matematike, istorije, elektrotehnike.

Potom petrologa, istraživača daljinskim snimanjem „3D“ tehnologijom i drugih profila mladih naučnika, koji se bave velikim budućim i sadašnjim poslovima iskopavanja artefakata iz rimskog doba. Mladim naučnicima iz raznih oblasti priključivani su i stručnjaci za turizam. Kako i ne bi, kad je još 2011/12. godine Viminacijum posetilo 75

hiljada turista, od čega Dunavom čak 15 hiljada, nakon izgradnje pontona za pristan brodova, a plan je da bude više od 100 hiljada turista godišnje.

- Vrednu buduću naučno-kulturnu i turističku priču, od Mitrovice (Sirmijuma), preko Beograda (Singidunuma), Viminacijuma, Lepenskog vira, Niša (Naisa), pa sve do



Galerija

Replika freske



Bujanovca, možemo napraviti samo ako standardizujemo ponudu na svim ovim lokalitetima. Izgradnjom, za početak, osnovne infrastrukture pokrivenih nalazišta, sa čuvarskom službom 24 časa, koja radi 365 dana u godini, uz mokri čvor, toalete, prodavnice suvenira, ali i mesta za predah turista – tvrdi profesor Korać.

Tako je počeo i Viminacijum, koji očekuje i arheologe amatere trećeg doba iz Amerike.

- To su ljudi koji su želeli, od mladih dana, da se bave arheologijom, ali im to nikada nisu dozvolili stariji, jer su mislili da je to „neozbiljno zanimanje“. Kako svoje želje nikad nisu zadovoljili, sada, kao penzioneri, posredstvom jedne američke agencije odlaze

Rimski vojnik



BABA LJUBANA, NALAZIŠTA I KAJGANA

Nakon novih pronalazaka skeleta mamuta, „osvajanje“ nalazišta (350 hektara) za čije će iskopavanje imati posla i naši čukununci dugo je bilo pod znakom pitanja, jer su vlasnici zemljišta zatezali sa prodajom. Ipak, sve je rešeno pre nekoliko godina, kad se „čuvena“ baka Ljubana, vlasnica velikog dela zemljišta oko Viminacijuma, koja se dugo opirala prodaji, najzad „smilovala“ šarmu profesora Koraća, državi Srbiji, budućim generacijama i prodala parcele naučno-istraživačkom centru i muzeju Viminacijum. Tako će buduće generacije arheologa imati šta da rade i čime da se bave.

- Jeste da je bilo „pritisaka“, jer smo prestali da kod baba Ljubane kupujemo sveža jaja od njenih čuvenih pirgavih kokica, ali uspelo je – šali se profesor Korać.

Kad je najzad potpisala svu potrebnu dokumentaciju u požarevačkom sudu, nije odgovorila na direktno pitanje šta će joj u osmoj deceniji života toliko bogatstvo koje joj je uplatila „Elektroprivreda Srbije“. Ali, čvenu kajganu od jaja baba-Ljubaninih „pirgavih kokica“ vole svi koji su deo ove male naučne zajednice Viminacijuma u zemlji Srbiji, za koju zna čitav arheološki, ali i turistički svet.

na važne svetske arheološke lokacije i „žive život“ pravih arheologa, po dve-tri nedelje. Bave se „iskopavanjima“ pod vođstvom stručnjaka arheologa i za to još i plaćaju. Boravak na pojedinim mestima, vrednim nalazištima po zemaljskoj kugli košta po desetak i više hiljada dolara. To su projekti koji mogu da donesu sredstva za nastavak i obogaćivanje naše turističko-arheološke i naučne ponude, i dovedu veliki broj turista iz čitavog sveta – zaključuje profesor Korać.

Tekst: D. K.- I.

Foto: R. K.

BULGARI HOTEL U DUBAIJU



Nakon Milana, Balija, Londona i Pekinga, čuveni brend „Bulgari“ – poznat po luksuznom nakitu, satovima i parfemima, otvorio je svoj novi hotel u Dubaiju.

Smešten na ekskluzivnom Jumeirah Bay ostrvu, „Bulgari Resort & Residences Dubai“ prostire se na 185.000 kvadratnih metara i hotelom upravlja „Marriott International“.

Ovaj luksuzni rizort ima 101 sobu, kao i 20 privatnih vila i sopstvenu plažu. U sklopu hotela nalazi se i „Bulgari Spa“, koji zauzima 1.700 kvadratnih metara. Tu je smešteno 8 soba za masažu i različite tretmane, kao i zatvoreni bazen dužine 25 metara sa pogledom na more kroz prozore koji se protežu od poda do plafona.

Dizajn ovog hotela osmislila je italijanska arhitektonska kuća „Antonio Citterio Patricia Viel & Partners“, a projekat je realizovan zahvaljujući saradnji kuće „Bulgari“ sa kompanijom „Meraas Holding“, u skladu sa turističkom strategijom „Dubai Vision 2020“ povodom Svetske izložbe „Dubai Expo 2020“.

ROTIRAJUĆI EKO-KOMPLEKS

Arhitekta i vizionar Vincent Callebaut predstavio je svoj najnoviji projekat: futuristički eko-kompleks „Nautilus“ od 27.000 kvadratnih metara, predviđen za ostrvo Palavan na Filipinima.

Ovaj samoodrživi kompleks bio bi izgrađen i funkcionisao bi pod principima „nulte emisije, nultog otpada, nultog siromaštva“, uz korišćenje 100% ponovno upotrebljivih i recikliranih materijala iz okoline. Toplotna energija bi se generisala iz okeana, i ona bi zajedno sa onom koju bi proizvele fotonaponske ćelije, snabdevala kompleks.

Na zapadnoj strani bi se nalazilo dvanaest malih spiralnih kula sa ukupno 164 stambene jedinice. Projektovane su tako da stoje na rotirajućim bazama koje se okreću prema suncu i u jednom danu se potpuno rotiraju za 360 stepeni, pružajući optimalni pogled na okolinu i koristeći prirodno svetlo.

Na istočnoj strani bi se nalazilo 12 malih „muzeja-hotela“ u obliku puževa, izgrađenih od recikliranog betona. Hoteli će imati različite izložbene prostore na donjim spratovima i sobe za goste na gornjim spratovima.

U srcu ovog kompleksa nalaziće se „Origami Mountain“, u okviru kog će biti smešten naučno-istraživački centar i nautičko-rekreativno područje.

Ovaj kompleks bi trebalo da posluži kao sjajan primer kako održivi turizam dozvoljava turistima da otkriju svet, a da ga pritom ne zagade i ne unište.



SIMBOL JEDINSTVA I STVARALAŠTVA

Kada je novembra 2017. godine otvoren Luvr Abu Dabi, javnost je ostala fascinirana – ne samo grandioznošću čitavog projekta ili zbog toga što je to u ovom trenutku najveći muzej u regionu, već i simbolikom koju nosi u sebi.

UNIVERZALNA PRIČA O LJUDSKOJ KREATIVNOSTI

Luvr Abu Dabi predstavlja ne samo izuzetan umetnički i arhitektonski poduhvat, već i simbol jedinstva, povezanosti i međusobnog prožimanja različitih kultura. Pod njegovim krovom izložena su umetnička dela, rukopisi i objekti od istorijskog, kulturnog i društvenog značaja iz različitih krajeva sveta i različitih vremenskih razdoblja, a naglašene su univerzalne teme i zajednički uticaji. Muzej slavi kulturna dostignuća čitavog čovečanstva od pristorije do današnjih dana i ljudsku kreativnost koja prevazilazi granice individualnih kultura i civilizacija, određenih epoha i prostora.

Ovakav projekat odlično pristaje Abu Dabiju jer na najbolji način odražava multikultu-

ralnost ovog grada, u kojem žive i rade ljudi iz svih krajeva sveta, pa se samim tim susreću i različite kulture.

SPOJ FRANCUSKOG DIZAJNA I ARAPSKOG NASLEĐA

Primer saradnje dve zemlje (UAE i Francuske), odnosno dve kulture prati i arhitektonsko rešenje, koje je takođe spoj francuskog dizajna i arapskog nasleđa. Zdanje muzeja projektovao je dobitnik Prickerove nagrade arhitekta Žan Nuvel. Arhitektonsko rešenje glavne kupole inspirisano je isprepletanim palminim lišćem, koje je u regionu tradicionalno korišćeno kao materijal za krovove. Kompleksni obrazac na krovu rezultat je geometrijskog dizajna koji se ponavlja u različitim dimenzijama i pod različitim uglovima na deset nivoa, pet unu-

trašnjih i pet spoljašnjih, što daje poseban svetlosni efekat.

Različite civilizacije u muzeju su prikazane paralelno, a obilazak postavke odvija se hronološki. Izloženi su objekti i umetnička dela iz četiri glavna razdoblja: rađanje civilizacije; srednji vek i rađanje islama; klasični period od humanizma do prosvetiteljstva; i moderan i savremeni period, koji počinje krajem 18. veka. Tekstualni i multimedijalni izvori na više jezika prate izložene objekte i umetnička dela i objašnjavaju kontekst u kojem su nastali.

Stalnu izložbu prati bogat program privremenih postavki, a za najmlađe posetioce osmišljen je Dečji muzej, deo u kojem su priređene izložbe primerene uzrastu



Louvre Abu Dhabi is not only an exceptional achievement in culture and architecture, but also a symbol of unity and connection of different cultures. Visitors can expect to see works of art, manuscripts and objects of historical, cultural and social significance from different parts of the world and different periods of time, with universal themes and common influences as highlights. It is all about cultural achievements of the entire humanity from the beginning of the world up to the present day and about human creativity that goes beyond the boundaries of individual cultures and civilizations.



Foto Marc Damage



Foto Marc Damage



Foto Marc Damage

od 6 do 12 godina i u kojem mališani mogu da stiču saznanja o umetnosti i civilizaciji u interaktivnoj sredini.

CENTAR KULTURE NA OSTRVU SADIJAT

Luvr Abu Dabi podignut je na ostrvu Sadijat, koje se nalazi na samo 500 metara od obale Abu Dabija. Na ostrvu postoji rezidencijalni deo, postoje hoteli i tereni za golf, povrh toga ostrvo je trgovački, a sada i kulturni centar. Uz Luvr Abu Dabi, u perspektivi će na ovom mestu biti još kulturnih institucija i biće to jedini slučaj u svetu da se na jednom mestu nalaze muzeji čija je zdanja projektovale čak pet dobitnika prestižne Prickerove nagrade. Taj deo ostrva zvaće se Saadiyat Cultural District.

Gugenhajm Abu Dabi biće muzej moderne umetnosti, a zgradu je projektovao čuveni američki arhitekta Frenk Geri. Nacionalni muzej Zajed u celini će biti posvećen osnivaču Ujedinjenih Arapskih Emirata šeiku Zajed, kome će u Ujedinjenim Arapskim Emiratima biti posvećena i čitava 2018. godina, jer se te godine navršava jedan vek od njegovog rođenja. Velelepnu građevinu projektovao je još jedan dobitnik Prickerove nagrade, čuveni britanski arhitekta Norman Foster. Pomorski muzej biva podignut u slavu pomorske istorije Abu Dabija, a autor projekta zgrade je japanski arhitekta Tadao Ando. Konačno, tu je i Centar izvođačkih umetnosti, čije je zdanje projektovale čuvena Zaha Hadid.

Sa uzbuđenjem se iščekuje završetak tih projekata. Ako je suditi po projektu Luvr Abu Dabi, možemo samo da zamislimo kako će tek izgledati ono što je planirano na ovom ostrvu.

Vesna Milojević



Foto Roland Halbe



Foto Marc Damage

Foto Roland Halbe



Foto Vartan Kelechian

U Maleziju ide: SARA MILETIĆ

Podsredstvom Udruženja modnih delatnosti Srbije, koje je organizator zvaničnog izbora za Miss Tourism World Serbia, već treću godinu naša zemlja ima svoju predstavnicu na najvećoj svetskoj smotri lepote u turizmu. Tako će od 8. do 27. januara 2018. u Maleziji na izboru za Miss Tourism World, kao ambasador lepote u turizmu našu zemlju predstavljati Sara Miletić, Miss Tourism World Serbia 2017/18.

Zadatak naše predstavnice je da predstavi Srbiju kao evropsku turističku destinaciju u srcu Balkana, zemlju jedinstvene lepote, tradicije i istorije, gde se susreću razne nacije i kulture, u kojoj se nalaze spomenici svetske i srpske istorije sa brojnim manastirima na listi svetske baštine organizacije UNESCO.

Sara kaže da je veoma srećna što će imati priliku da predstavi Srbiju, poznatu po gostoprimstvu, odličnom provodu, lepim ženama i tradicionalnim speci-



jalitetima, ali i sjajnim sportistima kakav je Novak Đoković i svetski poznatim naučnicima, poput Nikole Tesle i Mihajla Pupina.

- Posebno ću da predstavim moj rodni grad Beograd, jedan od najstarijih gradova u Evropi, grad koji pruža provod, odmor i zabavu svakog dana u godini svim turistima koji ga posete – kaže Sara, ističući da je ponosna što će imati priliku da zemlju koju nosi u srcu predstavlja na najvećoj svetskoj smotri lepote u turizmu. Ona je istakla da će svakako iskoristiti priliku da pozove i organizatore i takmičarke, ali i sve turiste širom sveta da posete Srbiju i da uživaju u njenim čarima, kao što ona u njima uživa svaki dan.



Miele
PROFESSIONAL

Bulevar Zorana Đinđića 64a
11070 Novi Beograd
Srbija

Tel: +381 11 655 6086; Fax: +381 11 655 6085
info@miele.rs; www.miele.rs

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

Pionir

100 godina
sa Vama



Srećni praznici!



Туристичка
организација
Србије

Види 
Србију

Види Србију...
кад пожелиш
празничну магију.