

Prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam

ISSN 1451-2661

LOVET

TURISTIČKI

LOVET

JUN / SEPTEMBAR 2018

VODIMO VAS U:
ALŽIR, TUNIS, HONG KONG,
TAJLAND, NA HRISI,
ali i u STARI SLANKAMEN, UVAC,
ATOMSKU BANJU GORNJA TREPČA...



Sheraton
NOVI SAD

OTKRIVAMO
ATRAKTIVNE HOTELE,
NEOBIČNE MUZEJE...

SPECIJAL:
**125 GODINA
ORGANIZOVANOG
TURIZMA NA ZLATIBORU**



UNIONCLEAN®

SVET PROFESIONALNE HIGIJENSKE OPREME



2018

2003

PREKO 14.000 OPREMLJENIH OBJEKATA



ISO 9001:2008
ISO 14001:2004
ISO 18001:2007

ISSA®
MEMBER



UNIONCLEAN®
SVET PROFESIONALNE HIGIJENSKE OPREME

11000 Beograd, Francuska 55
Tel/ +381 11 328 11 88 Fax/ +381 11 328 29 99
E-mail/ info@unionclean.rs Web/ www.unionclean.rs

Your event venue

Opening September 2019.



160 rooms
Belgrade downtown
Congress halls up to 1,000 people



MONNA HOTEL MANAGEMENT

Solunska 21 • 11158 Belgrade • 011 2634 821 • www.monaplaza.com • office@monaplaza.com

Sheraton



- 150 sophisticated and stylish modern rooms and suites
- We keep our business and leisure guest happy
- 6 multifunctional meeting and conference rooms from 20 to 500 participants
- State of the art meetings and events facilities with natural lighting
- Rooftop Spa & Wellness center and treatments for ultimate pleasure
- Wine & tapas bar for the best wine experience
- A la carte restaurant Peppermint for your delicious gourmet journey
- Unforgettable view of the Novi Sad city skyline



Sheraton
NOVI SAD

Hotel Sheraton Novi Sad
Polgar Andraša 1
T+381 21 4878 000
info@sheratonnovisad.com
sheraton.com

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 saznanjnih 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, Jelena JOVIĆ, 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 pet 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 - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд
338.48(497.11)

TURISTIČKI svet : prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam / glavni urednik Ljiljana Rebronja. - God. 1, br. 1 (2002)- . - Beograd : Turistički Svet, 2002- (Jagodina : Zlatna knjiga). - 27 cm

Dvomesечно

ISSN 1451-2661 = Turistički svet

COBISS.SR-ID 137991436



Salma Elloumi-Rekik: Tunis spremno dočekuje turiste



Jun / Septembar 2018.
Godina XVI, Broj 87-88

Na naslovnoj strani:
HOTEL SHERATON - NOVI SAD



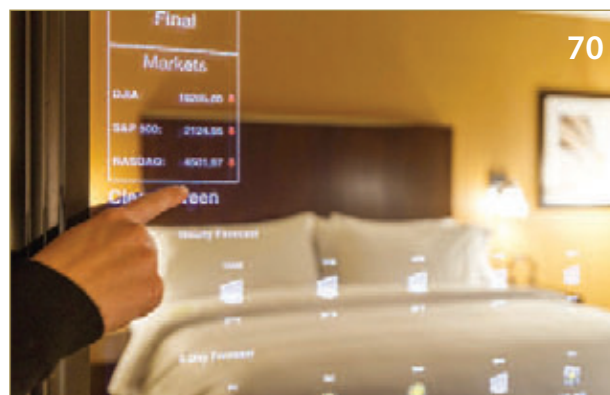
Luksuz na prvi pogled



Marko Stojanović: Master komunikacije i scenskog pokreta



Šampioni luksuza u malom



Visoka tehnologija kao imperativ

RECEPT ZA USPEH

MOTIVIŠITE SVOJE ZAPOSLENE, OBUČITE IH, BRINITE O NJIMA I OD NJIH NAPRAVITE POBEDNIKE!

ZNAMO DA ĆE SE, AKO SE PONAŠAMO DOBRO PREMA ZAPOSLENIMA, ONI ISTO TAKO PONAŠATI PREMA GOSTIMA.

A AKO SE SA GOSTIMA DOBRO POSTUPA, ONI ĆE NAM SE VRATTI.

J. W. Bill Marriott, JR.



Nadine Pleimes: Ponosni nosilac trostrukog priznanja



U sadejstvu s prirodom



Život ispunjen avanturama i uživanjem u dobroj hrani



Uvac – mesto povratka Sebi



Za hedoniste sa srcem avanturista



Umetničko putovanje kroz vreme



GRAND HOTEL TORNIK

Najveći hotel na Zlatiboru – Grand Hotel Tornik prve goste primio je 1. juna, dok se svečano otvaranje očekuje u oktobru – otkriva Vesna Vlatković, PR & marketing menadžer grupacije „A hoteli“ pod čijim okriljem posluje ovaj luksuzni hotel.

Prvi gosti – grupa od oko 200 ljudi u hotelu je boravila tri dana i imala priliku da uživa u

svim sadržajima ovog grandioznog objekta, uključujući restorane, lobi i wine barove, kongresne dvorane na površini od oko 400 kvm, kao i izuzetno atraktivan wellness centar, koji se prostire na neverovatnih 2.250 kvm i sadrži dva velika bazena, relax sobu, tursku, finsku i bio saunu, sedam soba za masažu, tepidarijume, vesele tuševe...

Sunčano vreme omogućilo je gostima da provedu prijatne trenutke na terasi koja se prostire na 1.500 m² sa predivnim panoramskim pogledom na planinske vrhove Tornika.

- Svi gosti, i domaći i oni iz regiona, izrazili su zadovoljstvo svim sadržajima i uslugom. Time je Grand Hotel Tornik u startu opravdao status luksuznog hotela sa 5 zvezdica – poručila je Vesna Vlatković, dodavši da na rezervacionim sistemima vlada veliko interesovanje za ovaj novi hotel na Zlatiboru.

U kasnijoj fazi, Grand Hotelu Tornik pridružiće se i Hotel Tornik Sky sa rotacionim restoranom i helidromom, koji će zajedno predstavljati velepnu celinu.

OTVOREN HOTEL SARUNA WELLNESS & BUSINESS

Nakon samo deset meseci od početka radova, u Ubu je u julu otvoren garni hotel sa četiri zvezdice Saruna Wellness & Business, u koji je uloženo više od 100 miliona dinara.

Hotel ima 25 soba različitih kategorija i jedan apartman, kafe restoran i veliku konferencijsku salu sa terasom, kao i wellness centar sa bazenom, hidromasažnim kadama, teretanom, tri saune i sobama za masažu.

Hotel je vlasništvo kompanije Saruna, koja u Srbiji uspešno posluje već 16 godina.

Govoreći na otvaranju hotela, direktorka **Marija Džopalić** je istakla da je turistički objekat na Ubu prvi hotel u lancu tog vodećeg wellness brenda, koji je prvenstveno orijentisan na sportski i biznis turizam, ali će zbog luksuzno opremljenog spa centra biti pružena mogućnost i drugim gostima da koriste njegove usluge.

Ovaj moderno opremljeni hotel, čija su ciljna grupa sportisti, doprineće razvoju sportskog turizma u Ubu, koji ima dobre sportske terene, najmodernije opremljenu sportsku halu, ali i dugu tradiciju kada je u pitanju fudbal.



MOBILNE ACCOR SOBE



Zahvaljujući uspešnom pilot projektu, koji je prethodno testiran na raznim kulturnim, sportskim i umetničkim događajima širom Francuske, inovativni koncept Flying Nest („Leteće gnezdo“) sada ulazi u fazu komercijalizacije na B2B tržištu. Reč je o mobilnom smeštaju grupacije AccorHotels, koji je „održiv, inovativan i smelo dizajniran“.

Radi se o ekološkim mobilnim kontejnerima, koje je dizajnirao Ora-ito. Sastoje se od šest modula (5 gostinjskih soba + 1 tehnička) obloženih sirovim i prirodnim materijalima. Ove mobilne prostorije poseduju komfor hotelske sobe – udoban krevet, kupatilo, velike prozore, terasu; klimatizovane su i imaju bežični internet.

Kako ističu, dvostruki cilj AccorHotels-a je da svojim klijentima pruže jedinstveno iskustvo tokom različitih događaja i istovremeno zadovolje potrebe za smeštajem u situaciji kada su hotelski kapaciteti popunjeni.

- Prvobitno namenjen agencijama za organizovanje događaja, organizatorima izložbi, festivala i korporativnim klijentima, koncept Flying Nest bi u 2019. godini mogao da se ponudi i B2C klijentima – rekao je Sébastien Dupic iz AccorHotels.

POČINJE GRADNJA SPLENDORA

Direktorka preduzeća „Dijagonala“ iz Novog Sada Nailja Bitići i direktor Specijalne bolnice Merkur dr sci. med. Dejan Stanojević, potpisali su 25. maja ugovor o gradnji hotelskog kompleksa Splendor u Vrnjačkoj Banji u kome će biti potpuno rekonstruisana vila Romanija, koja se od gradnje 1924. godine do Drugog svetskog rata i zvala Splendor.

Na placu od 30 ari, uz staro zdanje izgrađiće se još jedan novi, moderan objekat, kao i kompleks otvorenih i zatvorenih bazena.

Splendor će se prostirati na oko 6.500 m², i imaće dvanaest apartmana u smeštajnom delu, savremeno opremljen medicinski blok, kongresnu salu i podzemnu garažu.

Rok za završetak radova je 18 meseci, tako da je u planu da krajem sledeće godine kompleks Splendor dočeka goste iz zemlje i inostranstva, koji će uz vrhunsku medicinsku uslugu i tretmane mineralnom vodom, uživati u komfornom smeštaju i relaks sadržajima ovog luksuznog hotela.



REKONSTRUKCIJA HOTELA PARK

Već dve godine traje rekonstrukcija i dogradnja kulnog niškog hotela „Park“ koji je krajem 2014. godine kupila kompanija „Raaveks grup“ u vlasništvu niške porodice stomatologa Radojičić. Rok završetka radova na ovom zdanju je februar 2019. godine, ali ovde veruju da će „Park“ zasijati u punom sjaju i koji mesec ranije.

Osim soba, hotel će imati salu za kongrese sa trista mesta, sedam restorana i bečku poslastičarnicu, kao i spa centar, bar, pivnicu i kazino. U sklopu hotela nalaziće se i italijanski restoran, a na krovu će biti velika „rooftop“ terasa.

Hotel „Park“ je prvi moderni hotel u Nišu, podignut 1937. godine. Čuva istoriju i kulturno nasleđe grada i 1983. godine stavljen je pod zaštitu države, pa se rekonstrukcija obavlja pod nadzorom Zavoda za zaštitu spomenika kulture.

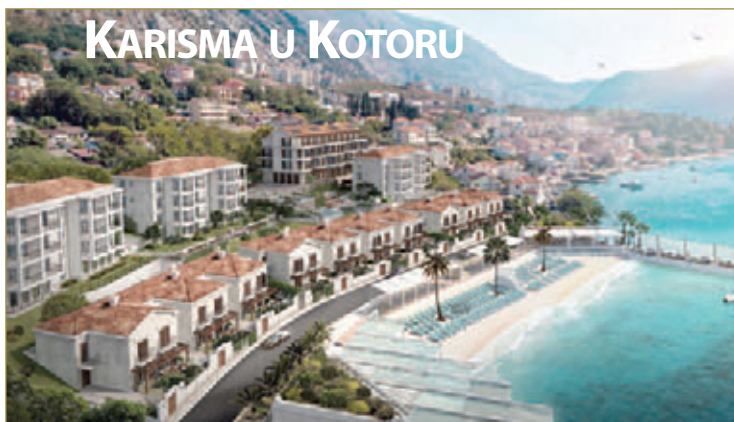
SAVE THE DATE

Jubilarni 15. Forum hotelijera
sa regionalnim učešćem
&
Dodela priznanja
Ambasadori dobre usluge

23-24. novembar 2018.
Grand Hotel Tornik - Zlatibor



KARISMA U KOTORU



Uz prisustvo brojnih zvanica, međunarodna hotelska grupacija Karisma svečano je 24. juna u Dobroti otvorila hotel sa pet zvezdica – Allure Palazzi Kotor Bay.

- Samo mesec dana ranije u Ulcinju smo otvorili hotel Holiday Village i time okrenuli novu stranicu istorije crnogorskog turizma, uspevši da posle više od dve decenije vratimo zapadnoevropsko tržište u Ulcinj. Večeras otvaramo velika vrata Boke celom svetu, otvorivši vrata ovog impresivnog hotela – poručio je Nemanja Kostić, direktor razvoja Karisme.

Prvi hotel sa pet zvezdica u ovom delu Bokokotorskog zaliva sadrži 89 modernih i udobnih soba i 10 vila. Gostima je na raspolaganju i privatna plaža, SPA centar, dva bazena, kao i gastronomska ponuda u tri restorana i pet barova.

FALKENSTEINER OSVOJO BEČIĆE

Posle hotela u Hrvatskoj i Srbiji, poznata austrijska hotelska grupacija Falkensteiner od 23. juna upravlja crnogorskim hotelom sa 4 zvezdice Queen of Montenegro u Bečićima.

Hotel sa ukupno 236 soba će pod imenom Queen of Montenegro biti otvoren do sredine septembra, a u letnoj sezoni imaće takozvani white label status.

Za zimsku sezonu već su pripremljeni opsežni planovi za redizajniranje i nova koncepcija pozicioniranja. Već početkom letnje sezone sledeće godine, hotel sa četiri zvezdice smešten na samoj plaži u blizini Budve, biće rebrendiran i službeno otvoren pod imenom Falkensteiner.



NAJVEĆI KAZINO-RIZORT U EVROPI

Na Kipru je počela izgradnja najvećeg kazino-odmarališta u Evropi, čija je investicija vredna 550 miliona evra.

Kazino-odmaralište gradi firma „Melco Resorts & Entertainment“, a kako je njen direktor Lorens Ho izjavio, očekuje se da će ovaj projekat „značajno doprineti naporima Kipra za održiv ekonomski rast i povećanje stope zaposlenosti“.

Izgradnja bi trebalo da se završi do 2021. godine, kada Kipar od 300.000 stranih gostiju kazina godišnje očekuje 700 miliona evra prihoda, a najavljeno je i zapošljavanje 6.500 ljudi.

Kazino-odmaralište će imati 136 stolova i 1.200 automata za kocku, hotel s pet zvezdica sa 500 soba i luksuzne vile, 11 restorana, prodavnice, amfiteatar, sportske i wellness centre.

Ove godine, na Kipru će biti otvorena i još četiri manja kazina.



da li
vidite
sebe u
ovom
kadru?



Uz keš kredit sa minimalnim opterećenjem
za vaše mirno letnje rasterećenje.

**Specijalna kreditna ponuda za nove
klijente do 31. avgusta!**

Vidimo se.

100.000
dinara

**0% administrativni
trošak**

**0% NKS
0,55% EKS**

Reprezentativni primer: iznos dinarskog gotovinskog kredita sa fiksnom kamatnom stopom - 100.000 dinara, period otplate 12 meseci; mesečna rata 8.333 dinara; NKS na godišnjem nivou 0%, administrativni trošak 0%, EKS na godišnjem nivou 0,55%. Ukupan iznos kredita (glavnica, kamata, troškovi): 100.296 dinara. Troškovi koji prate odobrenje kredita, poznati u trenutku oglašavanja: menica 50 dinara i očitovni izveštaj Kreditnog biroa 240 dinara. EKS u primeru se obračunat na dan 14.08.2018. godine. Specijalna ponuda važi za klijente koji, u periodu od 12.06. do 31.08.2018. uz odobren dinarski gotovinski kredit sa fiksnom kamatnom stopom, prebace primanja u banku Societe Generale Srbija.

 **SOCIETE GENERALE
SRBIJA**

Besplatan poziv na broj 0800 344 344
www.societegenerale.rs

 **SOCIETE GENERALE
SRBIJA**

KEŠ KREDIT

do sto hiljada dinara **BEZ KAMATE!**

Societe Generale banka pripremila je specijalnu ponudu keš kredita bez kamate, na maksimalan iznos do 100.000 dinara i rok otplate 12 meseci za sve nove klijente koji otvore tekući račun u banci.

Ova specijalna ponuda važi do kraja letnje sezone, a uz iznos od 100.000 dinara, bez kamate i bez naknade za obradu kreditnog zahteva, klijenti će za 12 meseci otplate vratiti ukupno 100.296 dinara, uz mesečnu ratu od 8.333 dinara.

Jedini troškovi za klijenta prilikom odobravanja keš kredita su menica i izveštaj Kreditnog biroa.

Novi klijenti, koji žele da uzmu keš kredit bez kamate, treba da otvore tekući račun u **Societe Generale banci** na koji će primati svoju mesečnu zaradu i izaberu jedan od paketa u ponudi: *Klasik*, *Praktik* ili *Prestiž*. Ovi paketi proizvoda i usluga nude i razne pogodnosti kao što su beskontaktno platne kartice, popusti u okviru SoGe svet programa, lično i porodično putno osiguranje za korisnike platinaste kartice, ali i opciju jednostavne kupovine individualnog ili porodičnog putnog osiguranja preko m-banking aplikacije.

Onima koji su već njeni klijenti, **Societe Generale banka** nudi niz pogodnosti o kojima se mogu informisati kod svog ličnog bankara.

RADISSON BLU VODEĆI HOTEL U SRBIJI

Na prestižnoj ceremoniji dodele „World Travel Awards“, održanoj 30. juna u Atini, hotel Radisson Blu Old Mill je treću godinu zaredom prepoznat od Svetske turističke industrije kao „Vodeći hotel u Srbiji“.

Ceremonija dodele nagrada održana je u Zappeion Megaron Hall of Athens uz prisustvo istaknutih zvanica iz celog sveta. „World Travel Awards“, poznatija kao „Oskar turističke industrije“, na svetskom nivou jedna su od najznačajnijih priznanja u turističkoj i hotelijerskoj industriji.

- Velika je čast što je naš hotel treću godinu zaredom dobitnik ovog prestižnog međunarodnog priznanja. Trudimo se da kreiramo jedinstveno iskustvo za sve goste i ponosni smo što nas oni smatraju oznakom kvaliteta – rekla je Gabriela Ditetova, generalni direktor nagrađenog hotela Radisson Blu Old Mill.



Hotelska grupa InterContinental uvela je Voco™, novi brend hotela visoke kategorije, inspirisan latinskom reči koja se prevodi kao „pozvati“ ili „sastati se“, a kombinovaće neformalnost i šarm individualnih hotela, sa kvalitetom i sigurnošću koju pružaju svetski respektabilni brendovi.

NOVI BREND IHG

Hoteli pod Voco brendom otvoriće se u Evropi, Bliskom istoku, Aziji i Africi, a potom i u Americi i Kini. U narednih 10 godina očekuje se otvaranje više od 200 Voco hotela na atraktivnim urbanim lokacijama, kao i onim za odmor.

Voco brend obećava gostima drugačije iskustvo, sa neformalnim stilom usluge. Definisana su tri ključna momenta na koja će se hoteli pod Voco brendom fokusirati u pružanju usluge:

Come on in – jedinstveno iskustvo dobrodošlice, jednostavan i brz check-in sa lokalnom poslasticom.

Me time – podsticanje gostiju da ostave vremena za sebe, sa veoma udobnim krevetima u ponudi, kvalitetnim sadržajima u kupatilu, modernim tuševima, raznovrsnim sadržajem na Smart TV i odličnoj internet konekciji u svakoj sobi.

Voco life – živ i društven bar i lounge prostor koji je prilagođen za boravak u različitim periodima u toku dana, od dobre ponude kafe za početak dana do ukusnih jela za večeru, tako da gosti u svakom trenutku imaju prostora da se opuste i uživaju.

"CAVALLI" ENTERIJER U ARABII

Roberto Kavali, čuveni italijanski modni kreator, koji je veliki uspeh postigao u sferi luksuznog modnog dizajna, parfema i kožne galanterije, svoj pečat ostaviće i u hotelskoj industriji, i to u – Saudijskoj Arabiji.

Reč je o kompleksu luksuznih vila "Mirabilia" u prestoničkom kvartu Shams Ar Riyadh. Na osnovu nedavno potpisanog ugovora između poznate italijanske modne kuće i najvećeg investitora u nekretnine u Arabiji "Dar Al-Arkan", vrednog 600 miliona dolara, Kavali će ostaviti svoj pečat u enterijeru 160 luksuznih "Mirabilia" apartmanskih vila,

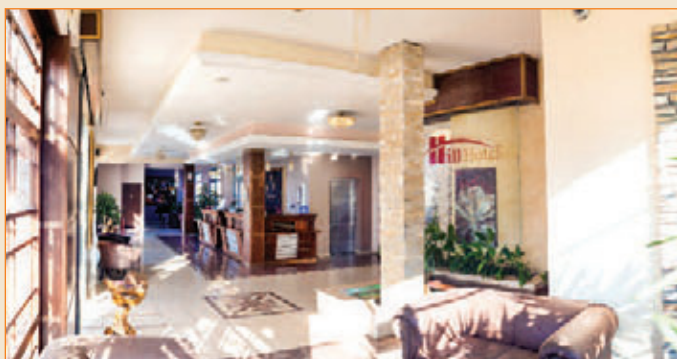
površine od 300 do 1.600 kvadratnih metara, koje sadrže jednu do četiri spavaće sobe. Sa staklenih zidova vila, od poda do plafona, pružaće se panoramski pogled na bujno zelenilo doline Wadi Hanifa, koje će se stopiti sa enterijerom Roberta Kavali, inspirisanog divljinom i prirodom. Očekuje se da ovaj projekat bude završen do 2021. godine.

Šuška se i da će ova modna kuća pokrenuti svoje brendirane hotele počevši od ove godine. Time će se u razvoju luksuznih hotela i rizorta "Cavalli" pridružiti brendovima kao što su "Armani", "Versace" i "Bulgari".

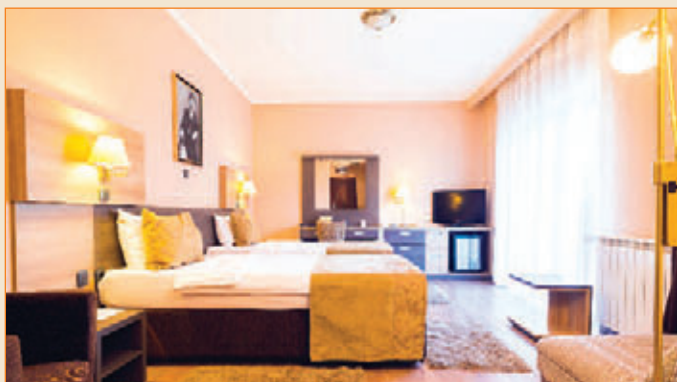




Provedite nezaboravno leto u Hill Hotelu, uživajte u upoznavanju Jagodine sa okolinom i kupanju u Akva parku, a sve u okviru specijalnog letnjeg Hill paketa!



Spend an unforgettable summer in Hill Hotel, have fun exploring Jagodina with it's surrounding area and enjoy swimming and playing in Aqua park, all included in special summer Hill package deal!



Hill Hotel

Stevana Ivanovića 3

35000 Jagodina

Tel. +381.35.252.202

office@hill-hotel.com

www.hill-hotel.com

www.facebook.com/HillHotel



Novo u hotelu Villa Breg

Hotel **Villa Breg** u Vršcu je nakon rekonstrukcije ponovo otvorio vrata za goste, kojima je sada, pored postojećih sala, na raspolaganju i nova **banket sala**, kapaciteta do 100 gostiju u bioskopskoj postavci. Sala raspolaže najsavremenijom tehničkom opremom (projektor, platno, flip chart, ozvučenje, Wi-Fi).

Za kafe pauze i koktele na raspolaganju vam je i novi **kamin bar**, koji se nalazi u neposrednoj blizini nove sale. Prošireni su i kapaciteti **restorana**, koji sada ima 308 mesta i idealan je za proslavu rođendana, venčanja, kao i za organizaciju kompanijskih proslava.

A za tople dane – tu je i **spoljašnji bazen** sa kompletnom letnjom ponudom, uključujući osvežavajuće napitke, koktele, ekskluzivnu masažu ispod baldahina...

Dobrodošli!



New at Hotel Villa Breg

After the reconstruction, Hotel **Villa Breg** in Vršac again opened the doors for guests, who, in addition to the existing halls, now have at their disposal a new banquet hall with 100 seats, a fireplace bar, a restaurant that can accommodate 308 guests as well as an outdoor swimming pool with a complete summer offers.

HOTEL
VILLABREG
★★★★

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

NAJBOLJE IZ SRBIJE!

Na završnoj svečanosti akcije „Najbolje iz Srbije 2017“, početkom juna u Novom Sadu, kompaniji Alfa-plam A.D. Vranje dodeljeno je i ove godine prestižno priznanje *Najbolje iz Srbije*, za najuspešnije domaće robne i korporativne brendove, u akciji koju zajednički vode Privredna komora Srbije i Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija. Priznanje *Najbolje iz Srbije* kompaniji Alfa-Plam pripalo je u kategoriji „proizvodi za kuću i trajna potrošna dobra“. Ovo ugledno priznanje primio je u ime kompanije predsednik Alco grupe **Miroljub Aleksić**.

POVERENJE POVEZUJE

Potvrda da Alfa-Plam kontinuirano vodi brigu o korisnicima svojih proizvoda stigla je sa još jednim značajnim priznanjem: Alfa-Plam je

prva kompanija iz oblasti industrijske proizvodnje u Srbiji koja je osvojila žig garancije „Zaštićen potrošač“, koji dodeljuje Republička unija potrošača. Osvajanje ovog žiga najbolji je dokaz da je u kompaniji uspostavljeno društveno odgovorno poslovanje, ali je to i potvrda opredeljenja za najviši kvalitet proizvoda, uvek s fokusom na unapređenje zadovoljstva potrošača, pod sloganom „Poverenje povezuje“!

Oba priznanja nedvosmisleno govore da je kompanija Alfa-Plam na pravom putu, ali je istovremeno i obavezuju da nastavi s razvojem visokokvalitetnih proizvoda i usluga, kao i brigom o svojim potrošačima.



LETNJA AKCIJA

Od 1. juna do 31. avgusta 2018. godine, kompanija Alfa-Plam svim korisnicima svojih proizvoda odobrava 20% popusta na usluge servisa i na kupovinu rezervnih delova! Iskoristite ovu priliku i na vreme pripremite svoje peći, štednjake, kotlove i druge proizvode iz našeg asortimana za predstojeću grejnu i upotrebnu sezonu.



air conditioners

5 YEAR WARRANTY



klima uređaji

Prodajni saloni - showrooms:

Beograd, Požeška 65b, +381 11 30-50-799

Šabac, Trg Šabačkih žrtava bb, +381 15 314-440



GODINA
sa Vama

ALFA PLAM

www.alfaplam.rs

EKSKLUZIVNO

SALMA ELLOUMI-REKIK, MINISTARKA TURIZMA I ZANATA REPUBLIKE TUNIS

TUNIS spremno DOČEKUJE TURISTE

„Neosporna prirodna i kulturna dobra, kao i prijateljski nastrojeni stanovnici Tunisa, čine ovu zemlju privlačnom destinacijom za turiste koji tragaju za nezaboravnim iskustvom. Oni mogu uživati na moru, u Sahari, wellness centrima, na golf terenima... i tako imati multidimenzionalnu rekreaciju na samo jednom putovanju.“



This summer, tourists return to Tunisia – a country that is rapidly recovering from a decrease of tourist arrivals due to the terrorist attacks of 2015 in Sousse and the Bardo Museum. As points out H.E. Mrs Selma Elloumi Rekik, Minister of Tourism and Handicraft of the Republic of Tunisia, this year the northernmost African country is expecting 8 million tourists, of which the most numerous are those from Algeria, France and Russia. Also, there are more guests from Serbia.

Ovog leta, turisti se vraćaju u Tunis – zemlju koja se ubrzano oporavlja od pada dolazaka usled terorističkih napada 2015. godine u Susu i muzeju Bardo. Kako u ekskluzivnom intervjuu za „Turistički Svet“ otkriva ministarka turizma najsevernije afričke republike **Salma Eloumi-Rekik**, ove godine Tunis očekuje 8 miliona turista, najviše, kao i ranijih godina, iz Alžira, Francuske i Rusije, a očekuje se još više i gostiju iz Srbije.

• *Koje ste mere preduzeli da postavite tuniski turizam na stabilne noge? Može li se reći da je Tunis sada bezbedna zemlja?*

- Među profesionalcima u turizmu preovlađuje mišljenje da je oluja prošla. Industrija se zaista oporavlja od pada počev od 2017. godine, a povratak se ubrzava tokom ove godine. Od početka 2018. broj međunarodnih dolazaka porastao je za 24% u poređenju sa istim periodom prošle godine i najveći evropski turoperatori su

se vratili. Ovi ohrabrujući znaci rasta rezultat su višestrukih poduhvata naše vlade. Nakon terorističkih incidenata, uveden je paket mera koji podrazumeva finansijsku podršku turističkim operaterima, smanjenje poreza i vizne olakšice.

Takođe, implementirane su dodatne mere sigurnosti koje garantuju bezbednost i blagostanje naših gostiju. U saradnji sa Ministarstvom unutrašnjih poslova ustanovljen je protokol koji zahteva da se turistički objekti pridržavaju međunarodnih sigurnosnih standarda. Hotelski menadžeri su investirali u opremu za nadzor i obuku osoblja. Naoružane policijske jedinice su, takođe, postavljene oko turističkih lokacija.

Paralelno sa radom Vlade na razvoju bezbednosti, naše ministarstvo ulaže značajne napore da podstakne privlačnost Tunisa kroz diversifikaciju naših turističkih proizvoda i unapređenje kvaliteta usluga. To će sasvim sigurno poboljšati imidž Tunisa i vratiti poverenje stranih partnera i turista.

SVE BROJNIJI – GOSTI IZ RUSIJE I KINE

• *Kakva su očekivanja za predstojeću letnju sezonu? Iz*

kojih zemalja se očekuje najviše turista i koje destinacije privlače najviše posetilaca?

- Svi indikatori učinka pokazuju da je oporavak sve snažniji. Mnogi turoperatori izdali su obaveštenja o zaustavljanju prodaje za predstojeću letnju sezonu. U 2018. godini Tunis će posetiti 8 miliona turista, naročito iz Alžira, Francuske i Rusije. Nastavi li se ovim tempom, očekuje se da će se taj broj povećati na 10 miliona do kraja 2020. godine.

Neosporna prirodna i kulturna dobra, kao i prijateljski nastrojeni stanovnici Tunisa, čine ovu zemlju privlačnom destinacijom za turiste koji tragaju za nezaboravnim iskustvom. Oni mogu uživati u različitim vrstama aktivnosti (na moru, u Sahari, wellness centrima...) i tako imati multidimenzionalnu rekreaciju na samo jednom putovanju.

• *Primetan je sve veći broj kineskih i ruskih turista. Šta ih najviše fascinira u Tunisu?*

- Zaista, u našoj zemlji je u poslednje dve godine vidljiv stalni porast broja posetilaca iz Kine i Rusije. Ovi turisti pokazuju sve veći interes da otkriju i dožive našu destinaciju.

Što se tiče Kine, to je rastuće tržište sa ogromnim potencijalom u



EKSKLUZIVNO

SALMA ELLOUMI-REKIK, MINISTARKA TURIZMA I ZANATA REPUBLIKE TUNIS



smislu obima i potrošnje. Prošle godine, 18.000 turista iz Kine posetilo je našu zemlju, a njihov broj se povećava, naročito nakon ukidanja viza. Ova mera našeg ministarstva ima za cilj da razvije to tržište koje pokazuje sve više interesovanja za kulturno i arheološko nasleđe Tunisa.

Kada je Rusija u pitanju, Tunis je jedna od najpopularnijih destinacija za ovo tržište. U poslednje dve godine zabeležen je spektakularan rast broja ruskih turista. Više od 1,1 milion Rusa posetilo je našu zemlju od 2016.

do 2017. godine. Ovaj broj mogao bi se povećati za nekih 600 hiljada u 2018.

I kinesko i rusko tržište, zbog njihove veličine, pružaju sjajne mogućnosti. Za nas je važno da shvatimo navike i ponašanje ovih turista kako bismo našu ponudu prilagodili njihovim očekivanjima. Pokušavamo da ispunimo njihove specifične potrebe, poput, na primer, ispisivanja znakova na ruskom i kineskom jeziku. Na taj način boravak turistima činimo ugodnijim.

CELOGODIŠNJA DESTINACIJA

- *Kada je Tunis najlepši za turiste? U čemu sve mogu da uživaju van letnje sezone?*

- Uživanje u scenskim plažama, istorijskom i kulturnom nasleđu, kao i blagoj mediteranskoj klimi, čini Tunis prelepom destinacijom tokom cele godine. Ipak, za one koji u Tunis dolaze zbog sunca i mora, najbolji period je od maja do oktobra. Štaviše, proleće i jesen su veoma povoljni za saharški turizam, jer su manje vrućine i moguće je priuštiti planinarenje u pustinji i uživanje u lepoti oaza. Često se desi i da zima bude relativno topla, pa turisti i tada mogu da uživaju u šetnjama kroz pustinju, obilascima kulturno-istorijskih znamenitosti i golf terenima.

- *Koji su najveći prigovori turista u Tunisu – na šta se najčešće žale?*





- Kao i u svakoj turističkoj destinaciji, moguće su žalbe zbog usluga koje ne ispunjavaju očekivanja ili zbog kupovine proizvoda po preterano visokim cenama. To su uglavnom usamljeni slučajevi, ali im mi posvećujemo veliku pažnju. Da bi se uspešno upravljalo ovim zahtevima i postupalo blagovremeno, Ministarstvo turizma i zanata menja letnji raspored svojih administrativnih struktura kako bi uspostavilo operativne administrativne kancelarije koje će biti turistima na usluzi tokom celog dana. Ove jedinice primaju sve žalbe i pružaju zahtevane informacije. Štaviše, vrši se i sistematska in-

spekcija od strane naših timova u turističkim institucijama.

• *Kakva je hotelska ponuda u Tunisu? Jesu li investitori zainteresovani za otvaranje novih hotela?*

- Atraktivnost ove zemlje kao turističke destinacije ogleda se i u velikom broju smeštajnih kapaciteta svih vrsta. Postoje primorski rizorti, poslovni i butik hoteli. Većina se svrstava u kategoriju hotela sa 4 i 5 zvezdica i nudi visok kvalitet smeštaja, ugostiteljskih usluga i zabave. Uglavnom se nalaze u neposrednoj blizini turističkih mesta, kao što su marine, zabavni i vodeni parkovi, tereni za golf... Međunarodni hotelski lanci i brendovi, kao što su Four Seasons, Mövenpick, Cigale, Steigenberger i drugi, trenutno investiraju u Tunis.

DUGOROČNA STRATEGIJA

• *Na čemu je fokus dugoročne strategije razvoja turizma u Tunisu?*

- Strategija razvoja turizma postavljena je tokom održavanja „Turističkih rasprava o Tunisu“ 2017. godine. Ukupno 25 projekata uzeto je u obzir u okviru sledećih šest prioritarnih oblasti: 1 – pristupačnost Tunisa kao destinacije (vazdušni, kopneni i primorski saobraćaj, vizne procedure i prijemni objekti); 2 – usvajanje inovativne i inteligentne komunikacije i promotivne strategije; 3 –

posvećenost održivom razvoju; 4 – diversifikacija ponude u skladu sa potrebama turista; 5 – unapređenje kvaliteta na različitim nivoima; 6 – uspostavljanje finansijskog balansa turističkih preduzeća u cilju podsticanja investicija u turizam.

• *Kakvi su trenutni odnosi između Srbije i Tunisa? Na čemu će se sve zasnivati buduća saradnja u oblasti turizma između dve zemlje?*

- Tunis i Srbija su oduvek održavali bilateralne odnose zasnovane na prijateljstvu i saradnji. Ovi odnosi su, nakon posete predsednika Srbije Tunisu, rezultirali potpisivanjem nekoliko ugovora 2014. godine, fokusiranih na ekonomsku i trgovinsku saradnju, kao i saradnju u oblasti obrazovanja, nauke, kulture i sporta.

Najnoviji sporazum o turističkoj saradnji između Tunisa i Srbije datira od aprila 2006. godine. Razmene u turizmu između dve zemlje bile su veoma značajne do 2010. godine. Istina je da je proteklih nekoliko godina smanjen broj dolazaka turista iz Srbije, ali je od 2017. godine oporavak primetan. Trudićemo se da damo novi impuls bilateralnoj saradnji naše dve zemlje u oblasti turizma.

Biljana Bosnić Ognjenović

Fotografije Tunisa:

Siniša Živković



MANIFESTACIJE koje morate videti!

Osim uživanja u sunčanom vremenu, spomenicima kulture i prirodnim lepotama, leto u Crnoj Gori nudi i izvrsnu priliku da posetite neke poznate manifestacije. Svaka manifestacija je poseban doživljaj i dobro je poznata činjenica da su one jedan od najboljih kreatora uspomena!

MONTENEGRO'S MUST-SEE



Apart from the benefits of being able to enjoy the sunny weather, cultural monuments and natural beauties, summer in Montenegro also offers the awesome opportunity to visit some famous manifestations. Each manifestation is a special experience, and it is a well-known fact that they are one of the best memory makers!





KotorArt

Svakog leta KotorArt okuplja impresivan broj međunarodnih umjetnika, a sa više od 200 programa na brojnim ambijentalnim lokacijama u Kotoru i širom Boke, privlači više od 45.000 posetilaca, čime se svrstava u najposećenije festivale ovog tipa u regionu. Prolazeći kroz različite formalne oblike i okvire, KotorArt je obuhvatao više različitih programskih celina u raznovrsnim umetničkim disciplinama, poput umetničke muzike, teatra, klapskog pevanja, dečijeg teatra, arhitekture, filozofije, čak i visoke mode. KotorArt Festival se 2018. odvija kroz četiri programske celine: XVII KotorArt Don Brankovi dani muzike, XXVI KotorArt Kotorški festival pozorišta za decu, XVII KotorArt Festival klapa Perast, i VIII KotorArt Pjaca od filozofa. Više informacija na www.kotorart.me

Every summer KotorArt gathers an impressive number of international artists and with over 200 programs at numerous venues in Kotor and throughout the Bay, attracts over 45.000 visitors, which makes it one of the most visited festivals of this type in the region. Passing through various formal shapes and frameworks, KotorArt has covered several different program units in diverse artistic disciplines, such as art music, theater, klapa singing, children's theater, architecture, philosophy and even high fashion. In 2018, KotorArt takes place through four program segments: XVII KotorArt Don Branko's Music Days, XXVI KotorArt Kotor Festival of Theater for Children, XVII KotorArt Festival of Klapa Perast and VIII KotorArt Philosophers' Square. More information on www.kotorart.me



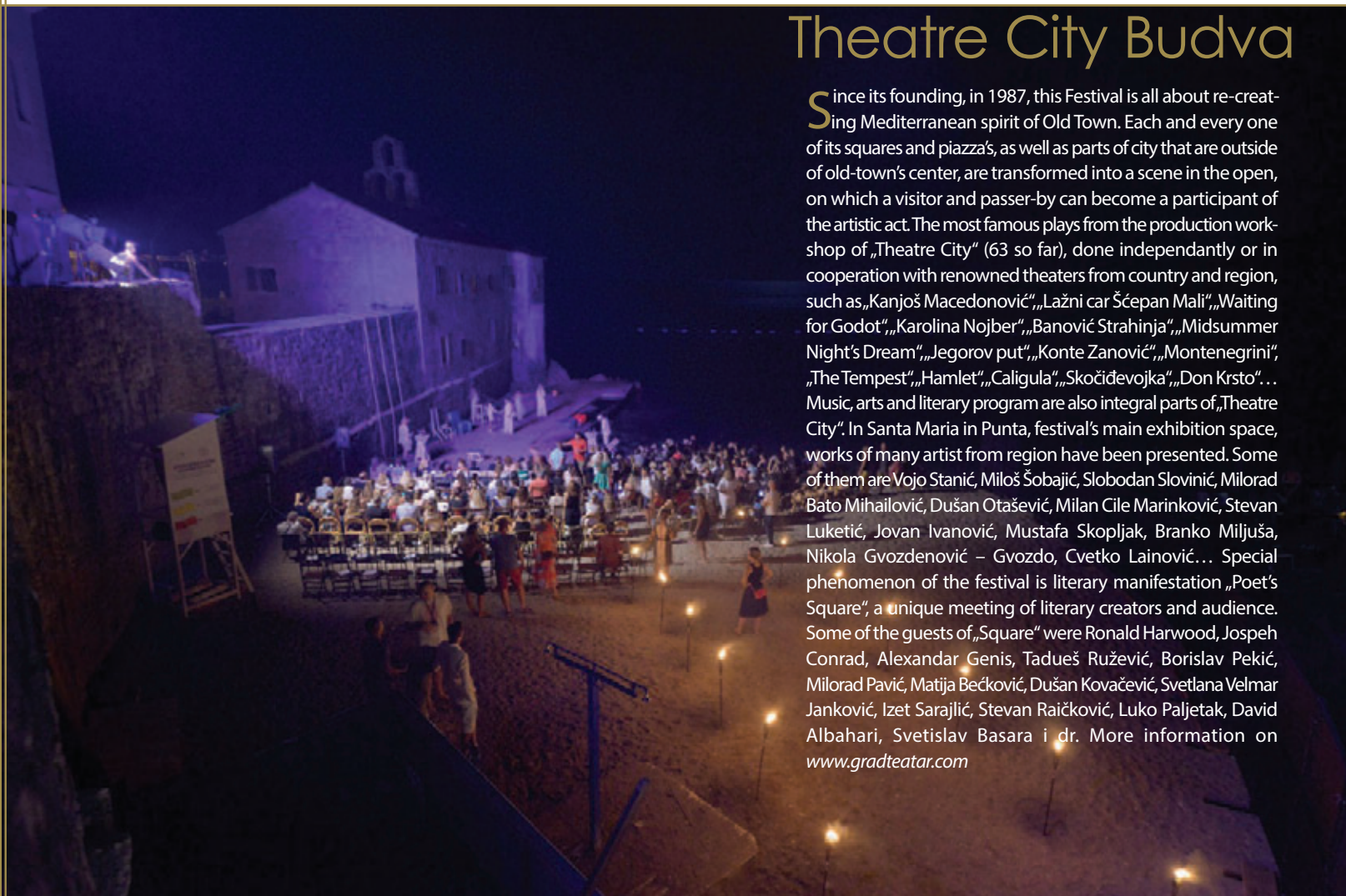
Grad teatar Budva

Od svog osnivanja, 1987. godine, ovaj festival obnavlja mediteranski duh Starog grada i svaki od njegovih trgova i pjaceta, ali i delova grada izvan starogradskog jezgra, pretvara u scenu na otvorenom na kojoj i posetilac i slučajni prolaznik postaju učesnici umetničkog čina. Najpoznatije predstave proistekle iz produkcione radionice „Grada teatra“, samostalno ili u saradnji sa renomiranim pozorišnim kućama zemlje i regiona, „Kanjoš Macedonović“, „Lažni car Šćepan Mali“, „Čekajući Godoa“, „Karolina Nojber“, „Banović Strahinja“, „San letnje noći“, „Jegorov put“, „Konte Zanović“, „Montenegrini“, „Bura“, „Hamlet“, „Kaligula“, „Skočiđevojka“, „Don Krsto“ i dr, inovativnim pristupima su već prepoznate kao predstave koje su promenile tokove pozorišnog života regije. Muzički, likovni i književni program, takođe su neizostavni deo Grada teatra. U Santa Mariji in Punta, glavnom izložbenom prostoru, predstavljena su dela brojnih slikara regiona, među kojima i Voja Stanića, Miloša Šobajića, Slobodana Slovinica, Milorada Bata Mihailovića, Dušana Otaševića, Milana Cileta Marinkovića, Stevana Luketića, Jovana Ivanovića, Mustafe Skopljaka, Branka Miljuša, Nikole Gvozdenovića – Gvozda, Cvetka Lainovića i mnogih drugih. Kako je Festival okrenut i modernim formama likovne umetnosti, dešavanja su obeležili i performer i selekciji Marine Abramović, performansi Olega Kulika, Luke Lagatora, instalacija radova „Montenegrin Beauty“ sada već afirmisanih savremenih crnogorskih umetnika među kojima su bili Irena Lagator, Jelena Tomašević, Roman Đuranović, Suzana Pajović Živković. Poseban fenomen festivala predstavlja i književna manifestacija „Trg pjesnika“, jedinstveni susret književnih stvaralaca i publike. Gosti „Trga“ su bili i Ronald Harvurd, Đerđ Konrad, Aleksandar Genis, Tadeuš Ružević, Borislav Pekić, Milorad Pavić, Matija Bečković, Dušan Kovačević, Svetlana Velmar Janković, Izet Sarajlić, Stevan Raičković, Luko Paljetak, David Albahari, Svetislav Basara i drugi. Više informacija na www.gradteatar.com



Theatre City Budva

Since its founding, in 1987, this Festival is all about re-creating Mediterranean spirit of Old Town. Each and every one of its squares and piazzas, as well as parts of city that are outside of old-town's center, are transformed into a scene in the open, on which a visitor and passer-by can become a participant of the artistic act. The most famous plays from the production workshop of „Theatre City“ (63 so far), done independantly or in cooperation with renowned theaters from country and region, such as „Kanjoš Macedonović“, „Lažni car Šćepan Mali“, „Waiting for Godot“, „Karolina Nojber“, „Banović Strahinja“, „Midsummer Night's Dream“, „Jegorov put“, „Konte Zanović“, „Montenegrini“, „The Tempest“, „Hamlet“, „Caligula“, „Skočiđevojka“, „Don Krsto“... Music, arts and literary program are also integral parts of „Theatre City“. In Santa Maria in Punta, festival's main exhibition space, works of many artist from region have been presented. Some of them are Vojo Stanić, Miloš Šobajić, Slobodan Slovinic, Milorad Bato Mihailović, Dušan Otašević, Milan Cile Marinković, Stevan Luketić, Jovan Ivanović, Mustafa Skopljak, Branko Miljuša, Nikola Gvozdenović – Gvozdo, Cvetko Lainović... Special phenomenon of the festival is literary manifestation „Poet's Square“, a unique meeting of literary creators and audience. Some of the guests of „Square“ were Ronald Harwood, Josph Conrad, Alexandar Genis, Tadeuš Ružević, Borislav Pekić, Milorad Pavić, Matija Bečković, Dušan Kovačević, Svetlana Velmar Janković, Izet Sarajlić, Stevan Raičković, Luko Paljetak, David Albahari, Svetislav Basara i dr. More information on www.gradteatar.com



Barski ljetopis



The Chronicle of Bar

Festival „Barski ljetopis“ je sveobuhvatna manifestacija Kulturnog centra Bar, koja promovira kulturu i vredne umetničke sadržaje karakteristične za Bar i Crnu Goru, i okuplja eminentne stvaraoce iz Crne Gore, regiona i sveta. Festival već tri decenije opstaje kao ključna manifestacija barskog leta. Negujući viševjekovnu tradiciju grada i duh zajedništva, a osluškajući potrebe modernog doba, „Ljetopis“ je davno postao potvrđeni svedok razvoja crnogorske kulture. Ne zaboravljajući na potencijale i osobnosti prostora na kome je iznikao, „Ljetopis“ je neizostavno ostavljao nemerljiv doprinos konceptu edukativnog turizma u Crnoj Gori, pa je tako svoje posetioce uspešno nalazio i među gostima iz celog sveta. Svi programi, po uzoru na koncept ustanovljen na prošlom, jubilarnom festivalu, podeljeni su na dva komplementarna dela – Večernju scenu, koja je tradicionalnog tipa i Prateći program, koji uspešno nastavlja da vraća umetnost među ljude kroz sadržaje koji traže publiku umesto da publika traži njih. Celokupan program, u organizaciji Kulturnog centra Bar, realizuje se uz podršku i pokroviteljstvo Opštine Bar, Turističke organizacije Bar i Ministarstva kulture Crne Gore. Više informacija na www.barskiljetopis.me

The Chronicle of Bar festival is a wide-ranging event organized by Bar Cultural Centre, aimed at promoting culture and valuable artistic content characteristic of Bar and Montenegro, bringing together renowned artists from Montenegro, the region and the world. The festival has been held for over three decades as a key event in Bar's summer season. By fostering the city's centuries-old tradition and community spirit, whilst taking into account the needs of modern times, "The Chronicle of Bar" has long since become a proven witness of the development of Montenegrin culture. While it has remained consistent and faithful to its original concept and nature, it has also managed to transcend its previous scope, responding to the needs of the new creative momentum and preserving its function as a recognisable cross-section of the overall artistic scene in Montenegro. This is the reason why it has always enjoyed the unreserved trust and dedication of the audience, primarily in Bar, but also extending to the whole of Montenegro. Not forgetting the potentials and the specific features of the area in which it emerged, the festival has invariably made an immeasurable contribution to the concept of educational tourism in this country, and among its visitors are guests from all over the world. This year's 31st edition of the festival runs from 16 June to 12 August and includes 75 programmes from categories such as literature, visual arts, music and performing arts. All the programmes, which are modelled upon the concept established at the last year's Jubilee Festival, are divided into two complementary parts – The Evening Stage, with a traditional concept, and The Side Programme, which successfully continues to place art back among the people through content that seeks an audience, instead of it being the other way round. The entire programme, organized by Bar Cultural Centre, is produced with the support and patronage of the Municipality of Bar, the Tourism Organisation of Bar and the Ministry of Culture of Montenegro. More information on www.barskiljetopis.me





125 GODINA ORGANIZOVANOG BAVLJENJA TURIZMOM NA ŽLATIBORU

125 YEARS OF
ORGANIZED TOURISM
ON THE MOUNTAIN
ZLATIBOR

Dobro došli na Zlatibor!



WELCOME TO ZLATIBOR!

Dear guests, friends of Zlatibor, welcome to the most visited mountain in Serbia, the right place for a comfortable holiday and enjoyment, which is – thanks to the many years of investments of the Municipality of Čajetina in the infrastructure and development planning, as well as creating a favourable investment environment – elevated to the level of the leading tourism destination.

In the last decade, many modern hotels, apartments and apartment complexes have been erected on Zlatibor, the accommodation has been modernized in every facility, and recently Grand Hotel Tornik - the largest and first five star hotel on the "Golden Mountain", built by Alco Group – has been opened. For years now, more than anywhere in the country, the interest of investors for the new construction on Zlatibor has not been reduced, not only because investments rapidly return, but also because all the conditions have been created to get the necessary documentation easily and build efficiently.

In the last few years, we have made a lot of efforts, along with better accommodation, to expand the content on our mountain. The Municipality of Čajetina is building the Zlatibor gondola from its assets, currently the most important venture of Serbian tourism, worth about 13 million Euros! We have completed most of the work, despite numerous and serious problems with issuing construction permits, and we will do everything to enable tourists next year to be transported by gondola, from the centre of Zlatibor to the top of Tornik. In addition, the biggest amusement park in the Balkans "Dino Park" was opened, then a series of adventure parks, modern auto camp, kilometres of bicycle and hiking trails, many ski resorts and bathing areas, the best-kept sports fields and various other facilities. We arranged the attractive Stopića Cave, equipped picnic sites, started tourism in the villages on the rim of Zlatibor, preserved the tradition and offer the best local food...

And when quality accommodation, content and exceptional nature of fragrant and sunny plateaus is combined with attractive events, as well as cultural and entertainment

Poštovani gosti, prijatelji Zlatibora, dobro došli na najposećeniju planinu Srbije, pravo mesto za sadržajan odmor i uživanje, koje je zahvaljujući višegodišnjim ulaganjima opštine Čajetina u infrastrukturu i planiranje razvoja, kao i stvaranjem povoljnog ambijenta za investiranje - uzdignuto na nivo vodeće turističke destinacije.

U poslednjoj deceniji na Zlatiboru su podignuti mnogi moderni hoteli, apartmani i apartmanski kompleksi, smeštaj je osavremenjen u svakom objektu, a nedavno je otvoren i najveći hotel - "Grand hotel Tornik", prvi hotel sa pet zvezdica na „zlatnoj planini“, koji je sagradila "Alco grupa". Već godinama, više nego bilo gde u državi, interesovanje investitora za novu gradnju na Zlatiboru ne jenjava, ne samo zato što se ovde svaki uloženi dinar brzo vraća, već i zato što su stvoreni svi uslovi da se do potrebne dokumentacije dođe lako i gradi efikasno.

Potrudili smo se poslednjih godina da, uz kvalitetniji smeštaj, proširimo i sadržaje na našoj planini. Opština Čajetina iz svojih sredstava uveliko gradi zlatiborsku gondolu, trenutno najznačajniji poduhvat srpskog turizma, čija je vrednost oko 13 miliona evra! Veći deo posla smo završili, uprkos brojnim i ozbiljnim problemima oko izdavanja građevinskih dozvola, i učinimo sve da omogućimo turistima da se sledeće godine od centra Zlatibora do vrha Tornika prevoze gondolom. Pored toga, na planini je zaživelo i najveći zabavni park na Balkanu "Dino park", zatim niz avantura parkova, savremeni auto-kamp, kilometri biciklističkih i pešačkih staza, mnoga skijališta i kupališta, najuređeniji sportski tereni i razni drugi sadržaji. Uredili smo atraktivnu Stopića pećinu, opremili izletišta, pokrenuli turizam u selima na obodu Zlatibora, očuvali tradiciju koju svima prikazujemo, na trpeze iznosimo najbolju domaću hranu...



A kad na kvalitetan smeštaj, sadržajnu ponudu i izuzetnu prirodu mirisne i osunčane visoravni dodamo atraktivne manifestacije, kao i kulturne i zabavne programe koje redovno organizujemo na Kraljevom trgu s nastupima najpoznatijih estradnih ličnosti, jasno je da Zlatibor ima šta da ponudi i da je upravo zato poseta i domaćih i stranih turista, koji dolaze i sa dalekih kontinenta - iz godine u godinu sve veća. Planina je prepuna tokom praznika, kao i u špicu letnje i zimske sezone, a razvijeni kongresni, sportski i zdravstveni turizam obezbeđuju odličnu posećenost i u vansezoni.

Sve ovo govori da smo zaista uspele! U godini kada obeležavamo važan jubilej - 125 godina organizovanog turizma, Zlatibor je turističko mesto za ponos i ugled. Njegova budućnost, kako je mi vidimo - blistava je i sjajna. Nastavak razvoja ovim tempom i, naročito, završetak gondole, na Zlatibor će privući još više gostiju. A naš cilj je, ni manje ni više nego: milion turista godišnje! Svako ko je makar jednom bio na našoj planini, dobro zna osobene vrednosti ovog turističkog centra i sigurno nema dileme oko izbora gde na odmor. Dobro došli na Zlatibor!

Milan Stamatović,
predsednik opštine Čajetina

programs that we regularly organize at the Kraljev Square with the performances of most famous show business figures, it is clear that Zlatibor has much to offer and that is why the number of both domestic and foreign tourists coming from distant continents is growing year by year. The mountain is crowded during the holidays, as well as the summer and winter peak seasons, and the developed congress, sports and health tourism provide excellent visitor numbers in the offseason.

All this tells us we really succeeded! In the year when we mark an important jubilee - 125 years of organized tourism on our "golden mountain", Zlatibor is proud and reputable tourism destination. Its future, as we see it - is bright and shiny. The continuation of development at this pace and, in particular, the completion of the gondola, will attract more guests to Zlatibor. And our goal is nothing less than: a million tourists annually!

Each person, who at least one time visited our „golden mountain“, knows well all the specific values of this tourism centre and there is certainly no dilemma about choosing where to go for a holiday. Welcome to Zlatibor!

Milan Stamatović,
the President of the Municipality of Čajetina

„ZLATNA PLANINA“ STVORENA ZA TURIZAM

U vreme kad Zlatibor ostvaruje rekordnu posetu i prihvata najviše gostiju u svojoj bogatoj turističkoj istoriji, s posebnim ponosom i zadovoljstvom u 2018. godini obeležavamo izuzetan jubilej – 125 godina organizovanog turizma na ovoj planini.

„THE GOLDEN MOUNTAIN“ MADE FOR TOURISM!

At a time when Zlatibor gains a record number of visits and accepts the highest number of guests in its rich tourism history, with special pride and satisfaction in 2018 we mark an exceptional jubilee - 125 years of organized tourism on this mountain.

Proteklo je ovde celo stoleće i još četvrt veka od skromnih početaka s prvim turistima, podizanjem Kraljeve česme i otkrivanjem lepota „zlatne planine“, sve do danas blistavog i modernog turističkog mesta, poput magneta privlačnog za goste, sa prestižnim epitetom *najposećenija planina u Srbiji*.

Na ovoj važnoj stepenici tako dugog, uvek uzlaznog puta, ponosimo se bogatom prošlašću i tradicijom zlatiborskog turizma, koji su strpljivo gradile generacije turističkih poslenika. Jubilej je veran dokaz trajanja i postojanosti, potvrda vrednosti Zlatibora kao planine bogom dane za turizam, neboriv argument da ono što toliko traje zaista i vredi. Naravno, i pouzdan znak da je ova mirisna visoravan, okružena vrhovima, zaslužen na srpskom turističkom vrhu.

SVE JE POČELO OD KRALJA...

Podsećanje na početke organizovanog turizma vodi nas u 1893. godinu, na Preobraženje - 19. avgusta. To je datum najvažnijeg događaja tog vremena, kako i danas svedoči natpis uklesan na česmi kraj jezera u središtu planine. Upravo tada na Zlatibor je došao mladi kralj Srbije Aleksandar Obrenović i bez dvoumljenja podržao nameru zlatiborskih domaćina, upoznatih sa blagodetima planine na kojoj duva



One century and a quarter of another century have passed since modest beginnings, building of the Royal fountain and revealing of a beauty of the „golden mountain“, until today's shiny and modern tourism destination, attractive as a magnet for quests, with a prestigious epithet *the most visited mountain in Serbia*.

At this important step of such a long, always upward path, we are proud of the rich past and tradition of Zlatibor's tourism, which were patiently built by generations of tourist workers. The jubilee

is a faithful proof of lasting and duration, a confirmation of the value of Zlatibor as a mountain made for tourism, an indispensable argument that what lasts so much has a great value. Of course, it is also a reliable sign that this fragrant mountain, surrounded by peaks, deserves to be on the top of Serbian tourism.

EVERYTHING STARTED FROM THE KING...

Recalling the beginnings of organized tourism leads us in 1893, on the Transfiguration - August 19th. This is the date of the most important event of that time, as today testifies the inscription engraved on a fountain near the lake in the centre of the mountain. It was then that the young king of Serbia Aleksandar Obrenović came to Zlatibor, and without a doubt he supported the intention of the Zlatibor hosts, who were familiar with the benefits of the mountain where the healing "rose of wind" blows, to create an air spa here. That is why, at the place where the king was having lunch, they built a fountain, after which they later called the entire settlement the Royal Water (Kraljeva voda).

Then, first tourists came in a new air spa, eager to rest and recover in a beneficial nature, in the smells of meadows and conifers. For accommodation, they used ordinary huts or modest rooms in small houses of those poor, hospitable Zlatibor habitants.



lekovita „ruža vetrova“, da ovde osnuju vazдушnu banju. Zato su na mestu gde je kralj ručao ozidali česmu, po kojoj su kasnije čitavo naselje nazvali Kraljevom vodom.

Stigoše, potom, u novu vazдушnu banju i prvi turisti željni odmora i oporavka u blagotvornoj prirodi, u mirisima livada i četinarara. Za smeštaj su koristili obične kolibe ili skromne sobe u nevelikim kućama tada siromašnih ali gostoprivljivi Zlatiboraca. Snažan vetar u leđa tom započetom poslu dala je još jedna poseta krunisane glave, i to vladara iz druge srpske dinastije. Godine 1908. na oporavku na Zlatiboru boravio je kralj Petar Prvi Karađorđević, posle čega su ovde podignuti prvi veći smeštajni objekti: hotel „Kraljeva voda“ i vila „Čigota“, kao i prva pekara. Tada krenu po Srbiji priča o lekovitosti i lepotama „zlatne planine“, ali je Veliki rat privremeno zaustavio započeti turistički zamah.

RAZVOJ I POSLE SVETSKIH RATOVA

Dolaskom mira i stvaranjem jugoslovenske kraljevine, Zlatibor se ponovo okreće turizmu. Grade se nove vile i letnjikovci, automobilski put iz pravca Užica, stižu gosti na odmor u planinu na kojoj su se i kraljevi oporavljali. Preduzimljivi domaćini uviđaju šansu za zaradu, pa se uz Kraljevu vodu saznaje i za druga zlatiborska izletišta: Palisad, Oko, Ribnicu. Godine 1931. turističko naselje dobija vodovod i to tako što je voda sa izvora Đurkovac i česme kralja Aleksandra pumpama izvedena u rezervoar. Posebno se razvija izletišta na Oku, gde je zaslugom dobrotvora prote Radosava Simića otvoreno

A powerful wind in the back of this started business gave another visit to the crowned head, a ruler from the second Serbian dynasty. In 1908, King Petar Prvi Karađorđević was staying in Zlatibor, after which the first major accommodation facilities were erected here: hotel Kraljeva voda and the villa Čigota, as well as the first bakery. At that time, a story about the healing powers and beauty of the "golden mountain" started in Serbia, but the Great War temporarily stopped the start of the tourist drive.

DEVELOPMENT AFTER THE WORLD WARS

With the peace and the creation of the Yugoslav kingdom, Zlatibor is turning to tourism again. New villas and summerhouses are built, a motorway from the direction of Užice, guests arrive on a holiday in the mountain on which the kings recovered. Entrepreneurial hosts find a chance to earn money, so alongside Kraljeva voda arise other Zlatibor's sites: Palisad, Oko, Ribnica. In 1931, a tourist village got a water supply system – the water from the spring of Đurkovac and the fountain of King Aleksandar was pumped into the reservoir. A special resort is being developed on the site of Okrug where, thanks to the welfare of Radosav Simić, were opened a children's resort and a public bath with two swimming pools, fish pond, restaurant, with several wooden

dečije odmaralište i narodno kupatilo sa dva bazena, ribnjakom, restoranom, sa nekoliko drvenih zgrada sa 20 soba. Na Palisadu niču vile beogradskih trgovaca i advokata, Ribnica postaje sinonim za mesto najbržeg oporavka. A onda dolazi još jedan krvavi rat, tokom kojeg će, nažalost, biti porušeni mnogi zlatiborski objekti za smeštaj gostiju.

U posleratnom periodu obnavljaju se zdanja i uređuje jezero u centru planine. S napretkom standarda, pedesetih i šezdesetih godina 20. veka, Zlatibor opet dobija na značaju. Sledi nagli uspon gradnje smeštajnih objekata na ovoj planini. Najpre je 1965. počeo s radom za to vreme blistavo uređeni hotel „Palisad“, decenijama vodeće ime zlatiborskog ugostiteljstva. Gradi se i specijalni zdravstveni zavod „Zlatibor“ (današnja „Čigota“), podižu drugi objekti za smeštaj i restorani, uređuje naselje. Niču mnoge privatne vikend kuće, stotine manjih i većih zdanja za odmor koja daju savremeni izgled središtu planine.

RAĐANJE MODERNOG PLANINSKOG CENTRA

Kako je vreme odmicalo Zlatibor je postajao sve uređeniji i usmeren ka dobrom provodu. Prave se stadioni i sportski tereni, uređuje ski-staza na Obudojevici, a potom i ski-centar pod Tornikom. Niče hotel „Lovac“ na Vodicama, a za njim „Jugopetrol“, „Zelenkada“, „Dunav“, kasnije i „Olimp“, „Zlatibor Mona“, mnoga odmarališta u turističkom srcu planine, tržni centri, kafei, široke ulice, Kraljev trg... Naglo se, značajnim ulaganjima, popravljaju komfor u smeštajnim objektima, gde vlasnici od postojećih stvaraju moderne apartmane.

O tome koliko je Zlatibor u to vreme turistički napredovao najbolje su svedočili tadašnji hroničari zlatiborskih dešavanja. Kako je zapisao Milisav Đenić, pređen je ovde veliki put: iz koliba i kućera stiglo se do apartmana i rezidencija, od rzavskih virova do olimpijskih bazena, od poljančeta i krpenjače do modernih stadiona i hala...

Podaci o broju turista na Zlatiboru dovoljno govore. U 1953. godini bilo ih je 1.393, godine 1967. već oko 20.000, 1973. više od 55.000, a 1975. oko 71.000. Zahvaljujući tim rezultatima Zlatibor već tada postaje najposećeniji centar planinskog turizma u Srbiji, ispred Divčibara, Kopaonika i Tare. Počev od 1978. do 1990. godine, broj turista na Zlatiboru je uvek bio veći od 100.000, sa minimumom 1989. godine (101.431) i maksimumom 1985. godine (119.050), koja je za to vreme

buildings with 20 rooms. At Palisad, there are villas of Belgrade's traders and lawyers, Ribnica becomes synonymous with the place of the fastest recovery. Then there comes another bloody war, during which, unfortunately, many objects for the accommodation of guests will be demolished.

In the post-war period, the buildings are being renovated and the lake is arranged in the centre of the mountain. With the advancement of the standards, in the fifties and the sixties of the 20th century, Zlatibor again gained significance. This is followed by a rapid rise in the construction of accommodation facilities on this mountain. First, in 1965, the brightly decorated hotel Palisad began its work, for decades the leading name of Zlatibor hospitality. The special health institution Zlatibor (now Čigota) is being built, other accommodation and restaurants are being built, and the entire settlement. There are more private weekend houses, hundreds of smaller and larger holiday homes that give a modern look to the centre of the mountain.

THE BIRTH OF A MODERN MOUNTAIN CENTRE

As time passed, Zlatibor was becoming more and more orderly and focused on spending quality time. There are stadiums and sports grounds, arranged ski trails in Obudojevica, and then ski centre under the Tornik. The hotel Lovac is opened in Vodice, followed by hotels Jugopetrol, Zelenkada, Dunav, later Olimp, Zlatibor Mona, many resorts in the tourism heart of the mountain, shopping centres, cafes, wide streets, the Kings square... Suddenly, with significant investments, improved the comfort in the accommodation facilities, where the owners of the existing create modern apartments.

Zlatibor events chronicles of that time were the best to testify of how much Zlatibor developed tourism. As Milisav Đenić wrote, a great way was passed: from the cottages and lodges to the apartments and residences, from bathing in the Rzav River to the Olympic pools, from fields to modern stadiums and halls...

Data on the number of tourists on Zlatibor speak for themselves. In 1953, there were 1,393 tourists, in 1967 about 20,000 tourists, in 1973 more than 55,000 tourists, and in 1975 about 71,000. Thanks to these results Zlatibor has already become the most visited centre of mountain tourism in Serbia, in front of Divčibare,





rekordna. U periodu od 1986. do 1990. godine beležilo se u proseku oko 600.000 noćenja godišnje.

TURISTIČKI REKORDER

Ni tokom teških devedesetih planina se nije predavala, odolela je i tim za turizam nepovoljnim vremenima. Novi milenijum doneo je Zlatiboru još više gostiju i modernije sadržaje, status jednog od najvećih centara koji brojem turista i njihovih noćenja prestiže mnoge banje i dostiže primorska turistička mesta. Zdravstveno-lečilišni, tranzitni, sportsko-rekreativni, manifestacioni turizam, kongresni skupovi, izletništvo i turizam na selu postaju obeležja odmora na „zlatnoj planini“.

Danas je Zlatibor planina na kojoj u turističkim „špicovima“ boravi i 30.000 posetilaca dnevno. Tokom godine privuče više od 250.000 turista koji ostvare više od milion noćenja. Domaći gosti i dalje su verni Zlatiboru, a sve više stranaca: Nemaca, Holandana, Rusa, Čeha, Izraelaca, Indijaca, Kineza i drugih, otkriva lepote ove planine. A sve to zahvaljujući, pre svega, ogromnim naporima Turističke organizacije Zlatibor, koja i u Srbiji i u svetu ozbiljno radi na promociji zlatiborske ponude. Organizovanjem vrhunskih turističkih manifestacija i edukacija, dobrom saradnjom sa medijima, kao i zapaženim nastupima na nekim od



vodećih svetskih televizija, Turistička organizacija Zlatibor značajno doprinosi vidljivosti „zlatne planine“ u javnosti.

Oni koji odluče da dožive Zlatibor, otkriće planinu sa mnoštvom vila i vikendica, odličnih hotela, restorana, letnjih kupališta, raznovrsnih sadržaja. Leti je Zlatibor idealan za pripreme sportista, sa kvalitetnim terenima dobrih podloga. Zimi pogodan za skijanje i uživanja na snegu u velikom ski-centru na Torniku, gde je šestosedna žičara i veštačko osnežavanje, ili na padinama Obudojevice, u centru naselja, sa nekoliko kraćih staza i manjih ski-liftova. U centru planine su i atraktivni Dino park i avantura parkovi, a uskoro i najduža panoramska gondola koja će odavde voditi sve do vrha Tornika.

PLANINA U TRENDU

Kažu da je odmor na Zlatiboru sada u „trendu“. Ovde stanovnici urbanih prostora nalaze utočište od gradske vreve, „pune baterije“ pred napornu svakodnevnicu, probaju najbolju pršutu, kajmak, komplet lepinju, uživaju u čarima „planinskog doručka“. Biti viđen i videti poznate, nepisano je pravilo koje ovde važi.

Planina je idealno mesto i za one koji vole da u udobnim kafanskim baštama satima lenčare na zlatiborskom suncu, ali i za poklonike aktivnog odmora, ljubitelje napora i pogleda sa najviših vrhova. Gosti se ne odmaraju samo oko Kraljeve vode, već i po okolnim selima: Sirogojnu, Gostilju, Jablanici, Rudinama, Rožanstvu, Ljubišu, Tripkovi, uz biranu domaću hranu i pažnju domaćina. Rado pohode i Stopića pećinu sa najlepšim bigrenim kadama,



Kopaonik and Tara. Starting from 1978 to 1990, the number of tourists on Zlatibor has always been over 100,000, with a minimum of 101,431 (1989) and a maximum of 119,050 (1985), which was at that time a record. In the period from 1986 to 1990, an average of 600,000 overnight stays was recorded annually.

TOURISM RECORD-HOLDER

Even during the difficult nineties, the mountain didn't give up as well as the tourism team. The new millennium brought to Zlatibor even more guests and more modern facilities, the status of one of largest centres, which with the number of tourists and their overnight stays, is ahead of many spas and reaches the coastal tourism destinations. Medical-therapeutic, transit, sports-recreational, event tourism, congress gatherings, excursions and rural tourism become the hallmark of the "Golden Mountain" vacation.

Today, Zlatibor is the mountain where 30,000 visitors per day are staying in peak of the season. Over the course of the year it attracts more than 250,000 tourists who have achieved over a million overnight stays. Domestic guests are still loyal to Zlatibor, and more and more foreigners from Germany, Holland, Russia, Czech Republic, China and other countries, reveal the beauty of this mountain. All this thanks to, first of all the enormous efforts of the Tourist Organization of Zlatibor which seriously works on promotion of Zlatibor's offer in Serbia and the world. By organizing top tourism events and educations, good cooperation with the media, as well as outstanding performances in some of the world's leading television stations, the Tourist Organization of Zlatibor significantly contributes to the visibility of the "Golden Mountain" in the public.

Those who decide to experience Zlatibor will discover a mountain with many villas and cottages, excellent hotels, restaurants, summer baths, various contents. In summer, Zlatibor is ideal for athletes' trainings, with quality courts. In winter, it is suitable for skiing and enjoying the snow in a large ski centre on the Tornik, where there is a six-seater lift and artificial snow, or on the slopes of Obudojevica, in the centre of the village, with several shorter trails and smaller ski lifts. In the centre of the mountain there are also attractive Dino park and adventure parks, and soon the longest panoramic cable car that will lead from here to the top of the Tornik.

TRENDY MOUNTAIN

They say that the holiday on Zlatibor is now a trend. Here, the inhabitants of urban areas have a refuge from the city bustle, "full their batteries" from an exhausting everyday life, taste the best prosciutto, kajmak, "komplet lepinja", enjoy the "mountain breakfast" charms. Be seen and see the famous people, is the unwritten rule that applies here.

The mountain is an ideal place for those who like to lay in sunny terraces of comfortable coffee shops for hours, as well as for those who like active holidays and enjoy the views from the highest peaks. Guests are not only relaxing around the Kraljeva voda, but also in the surrounding villages: Sirogojno, Gostilje, Jablanica, Rudine, Rožanstvo, Ljubiš, Tripkovi, with selected domestic food and the attention of the host. They like to explore and visit Stopića cave, in summer enjoy on many bathing areas, go on trips to the

JUBILEJ: 125 GODINA ORGANIZOVANOG TURIZMA NA ZLATIBORU



leti uživaju na mnogim kupalištima, odlaze na izlete na obližnju „Šargansku osmicu“, plove rekom Drinom od Perućca do višegradske čuprije...

Zlatibor, dakle, u punom sjaju i na najboljem glasu dočekuje svojih 125 godina turizma. Jubilej nizom sadržaja prigodno obeležavamo: i u dane oko Preobraženja kada će za svakog biti ponešto zanimljivo što seća na dugu turističku tradiciju, ali i raznovrsnim programima tokom cele godine. Ova planina, nema sumnje, to i te kako zaslužuje!

Vladimir Živanović,
direktor Turističke organizacije Zlatibor



nearby "Šarganska osmica", sail the river Drina from Perućac to Višegrad...

Zlatibor, therefore, in full shine and at its best, welcomes its 125 years of tourism. The jubilee is marked with a series of contents: in the days around the Transfiguration, when it will be interesting for everyone, evoking the long tourism tradition, as well as various programs throughout the year. There is no doubt that this mountain deserves it!

Vladimir Živanović,
director of the Tourism Organization of Zlatibor





Zlatibor
turistička organizacija
www.zlatibor.org.rs



125
godina



I LOVE ZLATIBOR

ARSEN ĐURIĆ, ZAMENIK PREDSEDNIKA OPŠTINE ČAJETINA:

OPŠTINA ČAJETINA - OSOLONAC ZLATIBORSKOG USPEHA



„U poslednjih 10 godina povećan je broj turista i noćenja oko 80 odsto, sve je veći broj stranaca iz sve više zemalja, a ogromno je i interesovanje investitora i graditelja da na Zlatiboru podižu svoje objekte.

Ovakvi izuzetni turistički rezultati plod su našeg dugogodišnjeg strpljivog rada, priprema i napora, novog pristupa promotivnim aktivnostima, prilagođavanja savremenim prilikama u ovoj delatnosti i zahtevima modernog gosta. Oni su kruna promišljene politike opštine Čajetina i Turističke organizacije Zlatibor u oblasti turizma“ – kaže Arsen Đurić, zamenik predsednika opštine Čajetina.

THE MUNICIPALITY OF ČAJETINA – BACKBONE OF ZLATIBOR'S SUCCESS

„In the last 10 years the number of tourists and overnight stays has increased by 80%, there is an increasing number of foreigners from many countries, and there is an enormous interest among investors and builders to raise their facilities on Zlatibor. Such exceptional tourist results are the fruit of our long-standing patient work, preparations and efforts, a new approach to promotional activities, adapting to contemporary opportunities in this industry and the requirements of the modern guest. They are the crown of the thoughtfully created policy of the Municipality of Čajetina and the Tourism Organization of Zlatibor in the field of tourism“ – says Arsen Đurić, Vice President of the Municipality of Čajetina.

- Sadašnji turistički uspeh Zlatibora, koji se najbolje vidi u godinama rekordnoj posećenosti, kao i u mnoštvu najmodernijih smeštajnih objekata i atraktivnih sadržaja, nazvao bih krunom jedne promišljene višegodišnje politike opštine Čajetina u ovoj delatnosti, opštine koja je u pravom smislu reči oslonac zlatiborskog uspeha. Više od decenije ovo opštinsko rukovodstvo ozbiljno i odgovorno stvara ambijent za rast turističke posete na Zlatiboru, ulažući mnogo u infrastrukturu, dok predstavnici turizma promovišu neumorno ponudu planine po Srbiji i svetu – ističe **Arsen Đurić**, zamenik predsednika opštine Čajetina, dugogodišnji čelnik zlatiborskog turizma, i nastavlja:

- The present tourism success of Zlatibor, which is best seen in the years of record tourists' visits, as well as in many modern accommodation facilities and attractive contents, I would call the crown of thoughtfully created policy of the municipality of Čajetina in this industry, the municipality that is in the true sense a backbone of Zlatibor's success. For over a decade this municipal government seriously and responsibly creates an atmosphere for the growth of a tourists' visit on Zlatibor, investing heavily in infrastructure, while tourism representatives tirelessly promote the mountain's offer in Serbia and the world – says **Arsen Đurić**,

ARSEN ĐURIĆ, VICE PRESIDENT OF THE MUNICIPALITY OF ČAJETINA:

- U poslednjih 10 godina povećan je broj turista i noćenja oko 80 odsto, sve je veći broj stranaca iz sve više zemalja, a neverovatno je i interesovanje investitora i graditelja da na Zlatiboru podižu svoje objekte, čime se presudno doprinosi kvalitetnijoj ponudi i boljem smeštaju. Moderni hoteli i apartmani su odlično popunjeni turistima, kod nas se priprema veliki broj sportskih ekipa iz mnogih država, niz manifestacija privlači ljude s raznih strana, najpoznatije grupe i izvođači redovno nastupaju na pozornici Kraljevog trga... Zlatibor je prepun: čak 30.000 gostiju dnevno boravi ovde tokom novogodišnjih i prvomajskih praznika, letnjih i zimskih meseci! Sve ovo govori da Zlatibor opravdano nosi status lidera srpskog turizma.

IZUZETNI REZULTATI - KRUNA PROMIŠLJENE OPŠTINSKE POLITIKE

Ali ovakvi izuzetni turistički rezultati nisu postignuti slučajno. Oni su plod našeg dugogodišnjeg strpljivog rada, priprema i napora, novog pristupa promotivnim aktivnostima, prilagođavanja savremenim prilikama u ovoj delatnosti i zahtevima modernog gosta. Otuda oce- na da su ovi rekordi, koje smo ranijih godina hrabro predviđali, kruna promišljene politike opštine Čajetina i Turističke organizacije Zlatibor u oblasti turizma.

Radili smo sve ovo na duge staze, korak po korak, ništa ne prepuštajući slučaju. Milionskim ulaganjima iz opštinskog budžeta u modernu infrastrukturu turističkog centra stvorili smo najvažnije uslove za napredovanje. Otvorili prostor za ulagače i one koji hoće da grade, s obzirom da je ranijih decenija Zlatibor uglavnom bio okrenut skromnijoj ponudi, nekoj vrsti sindikalnog turizma, što je valjalo menjati i novom vremenu prilagoditi. Uprostili smo procedure, stvorili mogućnost da se u opštinskoj upravi brže i lakše dođe do dozvola za gradnju, ponudili priliku investitorima. Oni su se odlično odazvali i krenuli da grade nove ili modernizuju postojeće turističke objekte. Zlatibor se tako sasvim promenio, postao jedan od najuređenijih centara u regionu, a mi smo onda osmislili uspešnu promotivnu strategiju. Valjalo je sve uređeniju planinu predstaviti iz savremenog ugla, stići na mnoge važne sajmove po zemlji i inostranstvu, svuda biti sadržajan i zanimljiv u predstavljanju da bismo što više gostiju zainteresovali i privukli. Uporedo, nastojali smo da naši kulturno-umetnički programi i manifestacije, koje smo ovde redovno pripremali za turiste, postanu bogatiji i atraktivniji.



Vice President of the Municipality of Čajetina, long-time leader of Zlatibor tourism, and continues:

- In the last 10 years the number of tourists and overnight stays has increased by 80%, there is an increasing number of foreigners from many countries, and there is an enormous interest among investors and builders to raise their facilities on Zlatibor, which decisively contributes to better quality offer and better accommodation. Modern hotels and apartments are filled with tourists, a large number of sports teams from many countries have their training here, a series of events attracts people from different sides, the most famous music groups and performers regularly perform on the stage of Kraljev square... Zlatibor is full: as many as 30,000 guests daily stays here during New Year's and May holidays, summer and winter! All this suggests that Zlatibor rightfully carries the status of the leader of Serbian tourism.



Sada je pred opštinskim rukovodstvom i turističkim poslenicima cilj da se još snažnije nastavi ovaj trend rasta i uspeha u turizmu Zlatibora. Dobar glas o ovoj planini, kao odličnom mestu za odmor, s povoljnim cenama, širi se zemljama Evrope iz usta onih koji su ovde već boravili. Domaći gost dobro zna vrednosti Zlatibora, a s gradnjom boljih puteva, koja je krenula, i oživljavanjem aerodroma Ponikve, koje je izvesno - planina postaje još bliža i dostupnija.

ZLATIBOR I DALJE VELIKO GRADILIŠTE

Pred nama je mnoštvo vrednih poduhvata. Najznačajniji od takvih svakako je započeta gradnja gondole od Zlatibora do Tornika, koja treba značajno da unapredi i ponudu i posetu. Nizom poslova u koje ulazimo centar planine dobiće novi lik: stvara se atraktivna Trgovačka ulica, izmešta autobuska stanica, izvesna je izgradnja akva parka za koji ima zainteresovanih investitora, zaživljavaju savremeni zabavni parkovi i mnogi drugi sadržaji. Samo u poslednjih pet godina ovde je otvoreno šest novih hotela, a grade se dva manja. Upravo je vrata za goste otvorio najveći i najmoderniji "Grand hotel Tornik" sa pet zvezdica. Da bismo zadovoljili veliko interesovanje sportskih ekipa, obnavljamo postojeće i gradimo nove sportske terene. Prednjačimo i u zaštiti životne sredine: na ovoj planini se, pored ostalog, gradi savremeno postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda, veliki ekološki poduhvat čiju gradnju opština Čajetina finansira uz značajnu slovenačku donaciju.

Gosti se na Zlatiboru osećaju bezbedno. U najposećenijem turističkom centru uvek je mirno i sigurno. Snabdevanje je veoma dobro organizovano. Ovde ima velikih marketa, manjih trgovina, a tu je i naša nova pijaca, te mnoštvo hotela, restorana i kafea u kojima svaki turista može naći ponudu po svojoj meri. Posebno su traženi specijaliteti ovog kraja, a mi uvek savetujemo da, uz ostale gurmanluke, probaju zlatiborsku komplet lepinju, najbolju pršutu i jagnjetinu, osobeni "planinski doručak", gibanicu, kačamak, sir i kajmak iz zlatiborske mlekarne i druge naše đakonije...

I da zaključim: svi mi na Zlatiboru svakodnevno vodimo računa o željama i prohtevima gostiju, a dugoročno - o daljem napretku i razvoju ove planine. I opet korak po korak, s puno ulaganja, ozbiljnosti i samopouzdanja stvaramo uslove za nove zlatiborske turističke rekorde - s puno realnog optimizma istakao je Arsen Đurić, jedan od onih malobrojnih za koje je turistički uspeh Zlatibora - prava mera uspeha u životu.





EXCEPTIONAL RESULTS - THE CROWN OF THOUGHTFULLY CREATED POLICY

But such exceptional tourism results have not been achieved by chance. They are the fruit of our long-standing patient work, preparations and efforts, a new approach to promotional activities, adapting to contemporary opportunities in this industry and the requirements of the modern guest. Hence an estimation that these records, which we bravely predicted earlier, are the crown of thoughtfully created policy of the Municipality of Čajetina and the Tourism Organization of Zlatibor in the field of tourism.

We've been doing this all in the long run, step by step, leaving nothing to chance. With millions of investments from the municipal budget in the modern infrastructure of the tourist center, we have created the most important conditions for promotion. We have opened a space for investors and those who want to build, since in the past decades Zlatibor was mostly turned to a more modest offer, some kind of trade union tourism, which had to be changed and adapted for the new time. We simplified the procedures, created the possibility for the municipal administration to obtain building permits faster and easier, offered opportunity to investors. They responded well and started to build new or modernize existing tourism facilities. Zlatibor completely changed, it became one of the most organized centers in the region, and then we designed a successful promotional strategy. We needed to present the arranged mountain from a modern perspective, attend many important fairs in the country and abroad, be full of content and interesting in presentations in order to attract more guests. At the same time, we tried to make our cultural and artistic programs and events, which we have regularly prepared here for tourists, richer and more attractive.

Now, municipal government and tourism representatives have a goal to continue this trend of growth and success in Zlatibor's tourism. A good voice on this mountain, as a great place for a holiday at affordable prices, spreads to the countries of Europe from the mouths of those who have already stayed here.. The local guest knows the values of Zlatibor well, and with the construction of better roads, which started, and the revival of the Ponikve airport, which is certain – the mountain becomes even closer and more accessible.

ZLATIBOR IS STILL A BIG CONSTRUCTION SITE

There are many worthy endeavors before us. The most important of these is certainly the construction of a gondola from Zlatibor to Tornik, which should significantly improve both the offer and the visit. With a series of jobs in which we enter, the mountain will get a new look: attractive Trgovačka Street will be created, bus station will be moved, there is a certain construction of aqua park for which there are interested investors, emerge modern amusement parks and many other facilities. In the last five years, six new hotels have been opened, and two are being built. Recently was opened the biggest and the most modern five star hotel – Grand Hotel Tornik. In order to satisfy the great interest of sports teams, we renew existing and build new sports courts. We are also ahead in the protection of the environment: on this mountain, among other things, is being built a modern wastewater treatment plant, a large ecological venture funded by the Municipality of Čajetina with a significant Slovenian donation.

Guests feel safe on Zlatibor. The most visited tourism center is always calm and safe. Supply is very well organized. There are large supermarkets, small shops, and we also have a new market, many hotels, restaurants, cafes in which any tourist can find suitable offer. Particularly attractive are specialties of this region, and we always advise that, along with other gourmet food, they try the Zlatibor's "komplet lepinja", the best prosciutto and lamb, a special "mountain breakfast", gibanica, kačamak, cheese and kajmak from Zlatibor's dairy and other delicacies...

And to conclude: all of us on Zlatibor take care of the wishes and demands of guests on a daily basis, and in the long run – about the further progress and development of this mountain. And again step by step, with a lot of investment, seriousness and self-confidence we create conditions for new Zlatibor's tourism records – with a lot of real optimism pointed out Arsen Đurić, one of few ones who think that Zlatibor's tourism success is a real measure of success in life.

ZLATIBOR – VIŠE OD PLANINE!

Zlatibor je blago zatalasana planinska visoravan u jugozapadnoj Srbiji, prosečne nadmorske visine 1.000 metara. Od Beograda je udaljena 230 km, a od Novog Sada 300 km, koliko ima i do Jadranskog mora. Čudotvorna klima Zlatibora, idealna je za pripreme sportista, boravak dece i starijih osoba, i poboljšanje opšteg fizičkog stanja ljudi. Pruža idealne uslove za boravak, a svojim gostima nudi i mnoštvo različitih atraktivnih sadržaja. Zato je ovaj planinski centar aktuelan tokom čitave godine.



ZLATIBOR – MORE THAN JUST A MOUNTAIN!

Zlatibor is a slightly undulating mountain plateau in south-western Serbia, with an average altitude of 1,000 meters. It is 230 km from Belgrade, and 300 km from Novi Sad, as far as the Adriatic Sea. The miraculous climate of Zlatibor is ideal for athlete's trainings, children and the elderly, and improving the general physical condition of people. Provides ideal conditions for a stay, and offers its guests a variety of different attractive contents. That is why this mountain centre is active throughout the year.

Zahvaljujući specifičnoj klimi i karakterističnim vazdušnim strujanjima, kontinentalnim i mediteranskim, Zlatibor ima sve karakteristike vazdušne banje i od davnina je poznat kao planina pogodna za odmor, oporavak i lečenje. Njegova čudotvorna klima idealna je za pripreme sportista, boravak dece i starijih osoba, i doprinosi poboljšanju opšteg fizičkog stanja ljudi. Pruža idealne uslove za boravak, kao i mnoštvo različitih atraktivnih sadržaja. Zato je ovaj planinski centar aktuelan tokom čitave godine.

RAJ ZA AVANTURISTE

Zahvaljujući ski centru Tornik i padinama Obudojevice u samom centru, Zlatibor je zimi idealna destinacija za skijaše, ali je sve atraktivnija i tokom letnjih meseci.

Na Torniku, koji je samo 9 km udaljen od turističkog centra Zlatibor, skijašima i borderima su na raspolaganju staze Zmajevac, Čigota, Tornik i Ribnica, a prevoze ih šestosedna žičara i dva ski lifta. Staze su pokrivene sistemom za veštačko osnežavanje, što u znatnoj meri produžava zimsku sezonu. Tornik radi i tokom letnjih meseci – bogati sadržaji osmišljeni su i za najmlađe, kao i za ljubitelje adrenalinskih atrakcija: vožnja bobom na šinama, tubing stazom, panoramska vožnja žičarom na Torniku...

Otvoren je avantura park u samom centru planine, pored zlatiborske pijace, koji je podeljen u tri celine za različite grupe korisnika. Ovaj avantura park, najveći je adrenalin park na Balkanu namenjen sportskoj zabavi dece i odraslih.

Jedan od novih sadržaja je i Dino i avantura park, koji se nalazi u blizini Ulice sportova na Zlatiboru. Pored replika dinosaurusu u prirodnoj veličini, u parku se nalazi i mnoštvo drugih sadržaja, kao što su 6D bioskop, „Dino“ dečije selo, avantura park sa veštačkom stenom za penjanje, zip line-om, poligonom za rolere, kvadove i streličarstvo, kao i paintball zonom.

Gosti Zlatibora, ipak, najviše uživaju u šetnjama po obeležanim i uređenim pešačkim stazama. Za one željne avanture, označene su i obeležene biciklističke staze, a postoji i mogućnost vožnje kvadovima, paraglajderom, jahanje konja i još mnogo drugih zabavnih i sportskih sadržaja.



Thanks to the specific climate and characteristic air currents, continental and Mediterranean, Zlatibor has all the characteristics of an air spa, and since ancient times it is known as a mountain suitable for rest, recovery and treatment. Its miraculous climate is ideal for the athlete's trainings, children and the elderly, and improving the general physical condition of people. It provides ideal conditions for a stay, as well as a variety of different attractive contents. That is why this mountain centre is active throughout the year.

PARADISE FOR ADVENTURERS

Thanks to the ski centre Tornik and the slopes of Obudojevice in the centre, Zlatibor is an ideal destination for skiers in the winter, but it is also more attractive during the summer months.

On Tornik, which is only 9 km from the Zlatibor tourist centre, skiers and boarders have Zmajevac, Čigota, Tornik and Ribnica tracks, and they are transported by six-seater cable car and two ski lifts. The tracks are covered by an artificial snow system, which extensively extends the winter season. Tornik is also attractive during summer – rich facilities are designed for the youngest as well as for fans of adrenaline attractions: riding a bean on the tracks, tubing down the track, scenic cable car ride on Tornik...

In the very centre of the mountain, next to the Zlatibor's market, is opened the Adventure Park, which is divided into three parts for different groups of users. This park, the largest adrenaline park in the Balkans, is intended for sports entertainment for children and adults.

One of new attractions is the Dino and Adventure Park, situated near the Sportova Street. In addition to replicas of dinosaurs in natural size, the park has plenty of other content – 6D cinema, Dino children's village, adventure park with artificial climbing wall, zip-line, roller skates area, quad driving area and archery area, and also a paintball zone.

Zlatibor's guests, however, enjoy the most in walks on marked and arranged hiking trails. For those eager adventures, there are marked cycling tracks, and there is also the possibility of quads driving, paragliding, horseback riding and many other fun and sports content.



ZLATIBORSKO LETO 2018.

JUL

- 12. jul – Petrovdanski dani (Sirogojno)
- 14. jul – Strongman, takmičenje najjačih ljudi sveta (Kraljev trg)
- 18. jul – Koncert trubačkog orkestra Igora Mitrića (Kraljev trg)
- 19-22. jul – Bubijada (Kamp)
- 20. jul – Koncert Nikole Rokvića (Kraljev trg)
- 24. jul – Haos Animatori (Kraljev trg)
- 25. jul – Koncert Kiki Lesendrića i Pilota (Kraljev trg)
- 26. jul – Dečija lutkarska predstava „Ovca Rozi u vozu se vozi“ (Kraljev trg)
- 28-29. jul – Sabor trubača i smotra narodnog stvaralaštva (Kraljev trg)
- 30. jul – Koncert Udruženja za negovanje narodne tradicije „Veterani Zlatibora“ (Kraljev trg)

AVGUST

- 1. avgust – Aktivna Srbija, Trening dan, (Kraljev trg)

- 1. avgust – Festival narodne muzike (Kraljev trg)
- 2. avgust – Ilindanski sportski susreti (Gostilje)
- 3. avgust – Letnji ulični erski kabare (Čajetina)
- 3. avgust – Koncert Halida Bešlića (Kraljev trg)
- 4. avgust – Dani pastrmke (LJubiš)
- 4. avgust – Letnji ulični erski kabare (Zlatibor)
- 5. avgust – Festival „Dobro sa Zlatibora“ (Kraljev trg)
- 5. avgust – KUD Abrašević – Beograd (Kraljev trg)
- 6. avgust – Koncert Lene Kovačević (Kraljev trg)
- 8. avgust – Koncert benda „Old friends“ (Kraljev trg)
- 9-11. avgust – Muzički festival „Hills up“ (Tić polje)
- 13. avgust – KUD „Zlatibor“ (Kraljev trg)

- 14. avgust – Koncert klasične muzike (Kraljev trg)
- 15. avgust – Dečija predstava „Naša deca“ Branislav Nušić (Kraljev trg)
- 16. avgust – Međunarodni dečiji festival folklor „Licidersko srce“ (Kraljev trg)
- 17-18. avgust – Ulični svirači (4 lokacije, Zlatibor)
- 19. avgust – Sabor izvorne narodne pesme „Bez izvora nema vode“ –Rožanstvo
- 20. avgust – **Svečana akademija povodom 125 godina organizovanog turizma**
- 22. avgust – Koncert DŽuboks benda (Kraljev trg)
- 23. avgust – Koncert KUD „Gruža“ (Kraljev trg)
- 24-26. avgust – Koncert tamburaških orkestrara (Kraljev trg)





IZLETI I MANIFESTACIJE

Sa Zlatibora se za goste organizuju izleti do muzeja pod otvorenim nebom „Staro selo“ u Sirogojnu, do muzeja „Pletilja“ takođe u Sirogojnu, do Stopića pećine – spomenika prirode I kategorije, do vodopada u Gostilju, kao i do Drvengrada, Andrićgrada i drugih turističkih lokaliteta. Hladne dane gosti mogu provesti i u mnogobrojnim wellness & spa centrima i zatvorenim bazenima, dok su im tokom leta na raspolaganju dva otvorena bazena i više kupališta u okolini.

Na Zlatiboru se čitave godine nešto dešava. Organizuje se veliki broj manifestacija i koncerata. I ovo leto na „zlatnoj planini“ obeležice brojne manifestacije, poput tradicionalnog Sabora trubača zapadne Srbije i smotre narodnog stvaralaštva 28. do 29. jula, ili Muzičkog festivala „Hills Up“ od 9. do 11. avgusta, koji će okupiti najpoznatije rok grupe iz Srbije i okruženja.

Ugostiteljska infrastruktura je, takođe, vrlo razvijena. Tokom 125 godina, koliko se Zlatiborci organizovano bave turizmom, ona obuhvata više od 25.000 ležaja u kvalitetnim hotelima sa različitim sadržajima, odmaralištima i privatnom smeštaju, kao i mnoštvo restorana sa atraktivnom ponudom po meri svakog gosta.

Zahvaljujući svemu tome, Zlatibor je jedna od najposećenijih destinacija u Srbiji, koja godišnje beleži i više od 300 hiljada gostiju!

TURISTIČKA ORGANIZACIJA ZLATIBOR

Telefon: +381(31) 841 646,

Info centar: 381(31) 845 103

info@zlatibor.org.rs, zlatibor@zlatibor.org.rs

www.zlatibor.org.rs

EXCURSIONS AND EVENTS

From Zlatibor guests can organize excursions to the outdoor museum "Staro selo" in Sirogojno, to the Knitting museum also in Sirogojno, to Stopić Cave - a nature monument of the first category, to waterfall in Gostilje, as well as to Drvengrad, Andrićgrad and other tourist sites. Cold days guests can spend at numerous wellness and spa centres and indoor pools, while during the summer there are two outdoor swimming pools and several swimming areas nearby.

On Zlatibor there are happenings throughout the year. A large number of events and concerts are organized. This summer, on the "Golden Mountain" will be held numerous events, such as the traditional Trumpet Festival of Western Serbia and the Folk Art Festival from July 28th to 29th, or the Music Festival "Hills Up" from August 9th to 11th, which will gather the most famous rock group from Serbia and the surrounding area.

Catering infrastructure is also very developed. During the 125 years, as long Zlatibor residents professionally organize tourism, it covers more than 25,000 beds in quality hotels with various amenities, resorts and private accommodation, as well as a multitude of restaurants with an attractive offer.

Thanks to all this, Zlatibor is one of the most visited destinations in Serbia, which records more than 300 thousand guests annually!

TOURISM ORGANIZATION „ZLATIBOR“

Phone: +381 (31) 841 646,

Info centre: +381 (31) 845 103

info@zlatibor.org.rs, zlatibor@zlatibor.org.rs

www.zlatibor.org.rs



Luksuz na prvi pogled

Kada smo započinjali sa radom na hotelu na Zlatiboru, imali smo jasnu viziju – da želimo da napravimo vanvremenski prostor u kom će se iz svakog ugla osećati dodir luksuza.

Pažljivo smo razmišljali o svakom detalju, o materijalima, formama i kombinaciji kolorita. Različiti segmenti enterijera obrađeni su kroz inspiraciju kontrastnim materijalima i bogatim formama.

U centralnom holu hotela dominira velika kupola u vitražu, kroz koju se svetlost, čak i po tmurnim danima, nežno probija po čitavom prostoru. Prirodni mermer, koji je korišćen kao dominantna podna obloga, čini prostor klasično lepim i elegantnim. Zidovi su tretirani uglavnom oblogama od drveta, sa detaljima ogledala i igrom boja i tehnika u klasičnom stilu.

When we started working on the hotel on Zlatibor, we had a clear vision – we wanted to create a timeless space where the touch of luxury is felt from every angle.

We thought carefully about every detail, materials, forms, colour combinations. Different segments of the interior have been processed through inspiration from contrasting materials and rich forms.

In the central hall of the hotel dominates a large dome in stained glass, through which light, even on cloudy days, gently pierces throughout the space. Natural marble, which is used as the dominant floor covering, makes the space classically beautiful and elegant. The walls are treated mainly with wood coverings, mirror details and mixture of colour and classic-style techniques.

LUXURY AT FIRST GLANCE



Posebnu pažnju obratili smo na odabir rasvete, koja kako estetikom, tako i funkcijom, daje prostoru posebnu draž. Nekoliko dominantnih komada, poput lusteru od kovanog gvozdá u vitražnoj kupoli, kristalnog lusteru u formi „zmije“ iznad recepcionog pulta i velikih lusteru u boji zlata u restoranu hotela i u kongresnoj sali, nijednog gosta neće ostaviti ravnodušnim.

Sve javne prostorije hotela osmišljene su tako da se u njima osećate komforno i lagodno, ali da svakog momenta obratite pažnju na lepotu kojom ste okruženi.

Spa centar Grand Hotela Tornik je priča ili bolje reći – bajka za sebe. U prizemlju hotela, tako blizu zemlji imate osećaj da ste se vinuli u oblake dok posmatrate detalje bogate obrade plafona iznad bazena u mozaiku. Ono što ovaj prostor čini tako specijalnim jesu brojna staklena platna, kroz koja priroda

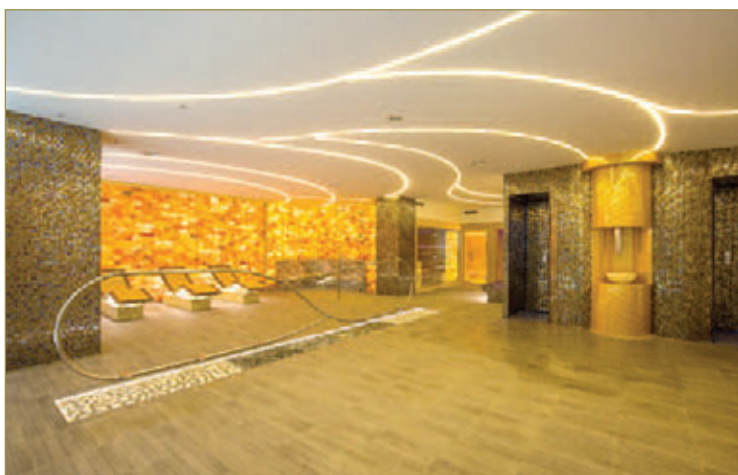
Special attention was paid to the lighting, which gives a special charm with the aesthetics and the function. Several dominant pieces, such as a wrought iron chandelier in a stained glass dome, a crystal chandelier in the form of a "snake" above the reception desk and large golden chandeliers in the hotel restaurant and congress hall, will astonish every guest.

All public spaces of the hotel are designed to make you feel comfortable and leisurely, while you pay attention to the beauty that surrounds you.

The Grand Hotel Tornik Spa is a story or rather a fairy tale for itself. On the ground floor of the hotel, you are so close to the land but you feel like you have gotten into the clouds while looking at the details of rich processing of

GRAND HOTEL TORNIK – IZ UGLA DIZAJNERA





Zlatibora postaje deo enterijera spa centra, bilo da je napolju sunčan letnji dan ili romantična zima sa mnogo snega.

Sobe hotela nose sa sobom specifičnu priču, jer su one odabrane kao jedan od najvažnijih delova enterijera u kom će se gost direktno osećati ugodno. Kroz enterijer soba prožima se klasičan stil, koji uprkos trendovima uvek nosi posebnu draž luksuza.

Boje kojima smo na samom kraju stavili završnu reč su one koje smo uneli nameštajem i zavesama u centralnom holu hotela. Povučeni trendom i vodećim italijanskim dizajnerskim kućama, odlučili smo da jednobojnim dezenima pliša u punim bojama tamno plave, zelene i boje vina, dodatno naglasimo lepotu enterijera.

Kada je pred otvaranje hotela poslednja slika bila okačena na zid i kada su holom odjeknuli uzdasi prvih gostiju, znali smo da smo uradili pravu stvar: posetioци su se zaljubili u luksuz na prvi pogled!

Tamara Štrbac,
dizajner enterijera

ceilings above the pool in the mosaic. What makes this space so special are numerous glass canvases, through which the nature of Zlatibor becomes part of the spa's interior, whether it's a sunny summer day or a romantic winter with lots of snow.

The hotel rooms carry a specific story because they are selected as one of most important parts of the interior where the guest will feel comfortable. Through the rooms interior pervades the classic style which, despite the trends, survives as something that always carries a special charm of luxury.

The colours that were the final touch are those that we brought in with furniture and curtains in the central hall of the hotel. Driven by the trend and the leading Italian designer houses, we decided to use the single-colour plush in rich colours of dark blue, green and red, to additionally emphasize the beauty of the interior.

When the last image was hung on the wall just before the opening, and when the halls of the hotel echoed the enthusiasm of the first guests, we knew that we did the right thing: visitors fell in love with the luxury at first glance.

Tamara Štrbac,
interior designer




Hotel Palisad
 Zlatibor

Hotel Palisad je simbol zlatiborskog turizma i posebno mesto na turističkoj mapi Srbije. Zahvaljujući inovativnoj strategiji razvoja i poslovanja hotel Palisad potpuno spreman za dalje uspešno trajanje u oblasti individualnog, kongresnog i sportskog turizma.

Jedinstveni ambijent i atmosfera

Jedinstven koncept smeštaja i usluga integrisan je u savremeni eko dizajn čime je ambijent značajno modernizovan. Upotreba inovativnih tehnologija upotpunila je uslugu shodno najvišim aktuelnim standardima u oblasti hotelske industrije.

Prepoznatljiva atmosfera hotelskog loblja, aperitiv bara, poslastičarnice i biblioteke sa kamin salom, zadržana je i usklađena sa ambijentom u kojem dominira moderan enterijer. Posebnost koja je sve ove godine privlačila veliki broj gostiju ne samo da je sačuvana već je obogaćena novim, jedinstvenim sadržajima među kojima je svakako najinteresantnija ekskluzivna prilika za uživanje u najpoznatijim delima srpskog slikarstva XIX-XX veka. Dela se mogu videti u sklopu tematskih izložbi u hotelskoj galeriji, kao i u svim javnim prostorima hotela.

Komfort i uživanje u prirodi

Hotel Palisad želi da se približi gostima koji imaju velika očekivanja u pogledu kvaliteta smeštaja i usluge, a posebno onima koji redovno upražnjavaju odmor na planini. Takođe, računajući na neodoljivost Zlatibora kao turističkog centra koji je aktivan tokom cele godine, hotel Palisad je posebno orijentisan ka gostima koji prepoznaju vrhunski kvalitet, a koji do sada nisu razmišljali o planini van zimske sezone.

Smeštajni kapacitet hotela danas čini 200 potpuno renoviranih soba, od kojih je 48 lux soba sa terasom koje imaju pogled na zlatiborsko skijalište Tornik, i 56 superior soba, koje su dizajnirane i opremljene tako da gostima pruže maskimalan komfor, uživanje i interakciju sa prirodom.

Gosti hotela Palisad mogu da uživaju u gastronomskoj ponudi u restoranu hotela i u poznatom restoranu Zlatni bor koji je sastavni deo hotelsko-turističkog kompleksa Palisad.

U sklopu hotela se nalazi spa i wellness centar, a gostima su na raspolaganju posebni programi animacije za decu i odrasle. Očekuje se da će ponuda za potpuni užitek biti upotpunjena u narednom periodu, završetkom bazena i kompletnih sadržaja u sklopu spa i wellness centra.

Kongresni kapaciteti najvišeg ranga

Hotel Palisad u ponudi ima dva funkcionalno odvojena kongresna centra koji su u potpunosti opremljeni da zadovolje potrebe modernih poslovnih skupova.

Kongresni centar Palisad prostire se na 735 m² i sastoji se od jedne velike i pet manjih kongresnih sala čiji kapacitet i raspored sedenja zavisi od želje i potrebe klijenata tako da može imati od 50 do 350 mesta. Sala na prvom spratu ovog kongresnog centra, pored svoje osnovne namene, može se koristiti i kao banket sala, a pogodna je i za izložbeni prostor.

Kongresni centar Srbija je zaseban entitet koji je u oktobru 2013. godine renoviran i zauzima 450 m². Nalazi se u borovoj šumi iznad jezera, raspolaže salom koja ima kapacitet da primi oko 700 sedećih mesta. U sklopu Kongresnog centra Srbija nalazi se restoran kapaciteta 200 mesta koji je idealan za organizovanje svečanih koktela i poslovnih ručkova.

Sve sale poseduju profesionalnu video i audio opremu, a korisnicima je na raspolaganju i stručno tehničko lice. Osoblje hotela Palisad obučeno je za potrebe stručnih skupova tako da može odgovoriti i na najzahtevnije zadatke. Sale poseduju video bime-ove, lap top-ove, ozvučenje, konferencijske i bežične mikrofone, wi-fi, flipchart-ove i monitore.

Umetnička kolekcija hotela Palisad

U savremenom svetu, negovanje kulturne baštine ima sve veći značaj. Kultura je značajna civilizacijska odlika i kao takva ostavlja tragove u vidu kulturne baštine. Baštinu jednog društva čine razna intelektualna, materijalna kao i duhovna dostignuća određenog naroda. O tim dostignućima najčešće vode računa različite nacionalne akademske institucije, muzeji i galerije, a veoma retko nezavisni pojedinci i ustanove, te je stoga ova inicijativa koja je potekla sa Zlatibora u najmanju ruku vredna pažnje, poštovanja i divljenja.

Sa ciljem da donese trajni doprinos zajednici kao i da edukativno utiče na sadašnja i buduća pokoljenja, formirana je Umetnička kolekcija hotela Palisad. Osmišljena kao zbirka izuzetnih umetničkih dela, ova reprezentativna kolekcija srpske umetnosti XX veka sadrži likovne radove umetnika kao što su Jovan Bijelić, Petar Dobrović, Sava Šumanović, Beta Vukanović, Stojan Aralica, Paja Jovanović, Marko Čelebonović, Milan Konjović, Zora Petrović, Sreten Stojanović, Petar Lubarda, Nedeljko Gvozdenović, Ivan Radović, Milan Milovanović, Uroš Predić kao i drugih, odnosno umetnika koji su izražavajući sopstvenu likovnost, a postavljajući standarde svoga vremena, srpsku umetnost uzdigli na zavidan nivo, aktivno učestvujući na domaćoj, ali i evropskoj umetničkoj sceni kao i u svim njenim tokovima.

Umetnička kolekcija hotela Palisad svoj razvojni put temelji na neprestanim promenama, rastući i dopunjavajući svoj fond u maniru najrelevantnijih likovnih zbirki, obezbeđujući praktične okvire za vrednovanje umetničkih dela koja su nezaobilazna za sagledavanje tokova srpske umetnosti XX veka. Osim toga, promišljenim i sofisticiranim objedinjavanjem kulturnog i turističkog prostora, na unikatan način, ucrtava hotel „Palisad“ na mapi porodičnog, kongresnog, sportskog i kulturnog turizma kao oazu, čija „zlatiborska priča“ traje, evo, već decenijama.



MONS ZLATIBOR

HOTEL & APARTMENTS

★★★★

..... www.mons-zlatibor.com

MONS Hotel & Apartments nalazi se pored Crkve u samom centru Zlatibora, na 300 metara od jezera, u neposrednoj blizini fudbalskih i teniskih terena. Pored savremeno opremljenih apartmana hotel sadrži i café restoran, wellness SPA centar, konferencijsku salu, teretanu, dečju igraonicu i FUN zonu.

MONS Hotel & Apartments is located next to the church in the center of Zlatibor, 300 meters away from the lake, near the football and tennis courts. In addition to the aforementioned units, the hotel contains a café restaurant, a wellness spa center, conference room, gym, children's playroom and FUN zone.



feels like home...

Reservation: hotel@mons-zlatibor.com
Caldov put bb, 31315 Zlatibor, Srbija | Tel: 031/848-005 | Fax: 031/848-008

ALIBI

Zlatibor



Karakteristike koje bi posebno izdvojili su idealna lokacija za sve koji vole da su u samom centru zbivanja jer se objekat nalazi na glavnom šetalištu, kao i luksuzna opremljenost smeštajnih jedinica. Objekat raspolaže sa 37 soba i 5 apartmana ekskluzivno opremljenih kvalitetnim i modernim nameštajem uz implementaciju najsavremenije hotelske tehnologije po ugledu na svetski poznate hotele. Sigurni smo da će udobnošću i karakteristikama naše smeštajne jedinice odgovoriti na zahteve i najvećih hedonista.

The characteristics that would be especially important are the ideal location for everyone who likes to be in the very center of the event because the building is located on the main promenade as well as the luxurious furnishings of the accommodation units. The building has 37 rooms and 5 suites exclusively equipped with high-quality and modern furniture with the implementation of the latest hotel technology by the reputation of the world famous hotels. We are sure that the comfort and characteristics of our accommodation will respond to the demands of the biggest hedonists.



+38163 690 690

info@alibizlatibor.com

Hotel Restoran Alibi

@alibi.hotel

www.alibizlatibor.com

★★★★★
mona HOTEL
ZLATIBOR

www.monazlatibor.com

Prihvati izazov!

Kreirajte vaš idealni TEAM BUILDING



PENJANJE & KAJAK • RAFTING • PAINTBALL • VOŽNJA KVADOVA • SPLAVARENJE DRINOM • OFF ROAD KARAVAN • PARAGLAJDING • JAHANJE KONJA

HOTEL ZLATIBOR MONA • Miladina Pećinara 26, 31315 Zlatibor, Srbija • tel: +381 (31) 841 021 • email: hotel@monazlatibor.com



VIP CASA CLUB
— ZLATIBOR —

One of the most beautiful mountains in Serbia, among the fairytale areas of Zlatibor greenery, hides a completely new concept of the apartments, made with the intention of providing their guests with a true hedonism experience. VipCasa complex consists of four luxury villas - Vila Pahulja, Vila Jela, Vila Vina and Vila Iskra with a multitude of modernly equipped apartments, hotel service and rich accompanying content, united under the roof of the Vip Casa Club.

Just like the mountain on which it is located, VipCasa Club has everything you need for complete revitalization of the soul and body. Indulge yourself enjoy in the spa and wellness center, activate your body in a swimming pool or gym and find new energy for your soul at the Casa de Vinos wine restaurant.

VipCasa Club is a lifestyle dedicated to a good feeling and real pleasure. Far from everyday life, in the corner of peace and silence, there is magic made of idyllic landscapes, wine, food and music, which you will always be glad to return.





ZLATIBORSKI KONACI
APARTMANSKO NASELJE
★ ★ ★ ★



Apartmentansko naselje Zlatiborski konaci

smešteno je na 1.300 metara od centra Zlatibora, na samo 20 minuta laganog hoda. Na uređenoj površini od oko 3 hektara prostire se veliki broj konaka sa moderno uređenim apartmanskim jedinicama različite površine i dizajna. Sa svojim sadržajem i nivoom usluge predstavlja pravo mesto za odmor i uživanje.

Najsavremeniji zatvoreni bazen, sastavni je deo našeg spa centra i gostima omogućava aktivan odmor, bez obzira na vremenske prilike. U obrocima možete uživati u restoranu internacionalne kuhinje koja se nalazi u okviru apartmanskog naselja. Zlatiborski konaci mislili su i na najmlađe goste pa je za njih otvorena igraonica. Dizajnirana je i uređena u skladu sa potrebama deteta za veselom i bezbrižnom igrom u sigurnom okruženju.

Telefon: 031/848-600, 031/848-700, 063/575-700, 063/575-800

email: repcija@zlatiborskikonaci.com

www.zlatiborskikonaci.com

ČIGOTA®



U samom centru Zlatibora, o zdravlju, snazi, lepoti i odmoru pridošlih gostiju, brine se centar zdravlja i odmora ČIGOTA®. Pomoću savremene opreme, visokostručni medicinski kadar daje precizne dijagnoze i odgovarajuću terapiju. ČIGOTA® se bavi kompletnom dijagnostikom i terapijom oboljenja štitaste žlezde, dijagnostikom i terapijom kardiovaskularnih oboljenja, dijagnostikom osteoporozе, terapijom dečije i adolescentne gojaznosti, dijagnostikom i terapijom oboljenja koštano-zglobnog sistema.



In the very centre of Zlatibor, the centre of health and relaxation ČIGOTA® cares of the health, strength, beauty and rest of the newcomers.

ČIGOTA® deals with complete diagnosis and treatment of thyroid gland diseases, diagnosis and therapy of cardiovascular diseases, osteoporosis diagnosis, childhood and adolescent obesity therapy, diagnosis and treatment of bone and joint system diseases. Programs against obesity for adults ("Čigota") and children ("Čigotica") are successfully implemented here.

„ČIGOTA“ je popularni zdravstveno-rekreativni program koji pomaže da se tokom boravka na Zlatiboru korisnici oslobode viška kilograma, da se odmore, osveže, obnove kondiciju i što je najvažnije – da nauče da žive drukčije: aktivno i zdravo.

Program „ČIGOTA“ se već 29 godina (više od 45.000 korisnika) uspešno bori protiv gojaznosti i pratećih bolesti, koje nastaju kao posledica udruženosti multiplih poremećaja i loših navika koje su najčešće posledica urbanizacije. Ovaj program ostvaruje svoj cilj: smanjenje pogubnog uticaja gojaznosti na zdravlje.



Centar za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju gojaznosti kod dece i adolescenata, poznat je kao „ČIGOTICA“ program, u kojem se leče i edukuju gojazna deca i adolescenti. Uz stručan nadzor, mladi korisnici dobijaju plan ishrane i fizičkih aktivnosti zavisno od uzrasta, kondicije i zdravstvenog stanja. Prednost programa „ČIGOTICA“ je multidisciplinarni pristup lečenju gojazne dece. Neposredni cilj lečenja je postići dugoročnu – trajnu redukciju telesne mase, unaprediti zdravlje uz promenu ponašanja i usvajanje zdravih životnih stilova. Lečenje u

programu „ČIGOTICA“ podrazumeva hipokalorijsku, uravnoteženu ishranu, fizičku aktivnost, kliničku, psihološku podršku i edukaciju (predavanja, radionice...). Do sada je, za 10 godina, program prošlo više od 7.000 korisnika.

Da ČIGOTA® ispunjava sve standarde u pogledu kvaliteta u obavljanju medicinskih usluga, svedoči i Sertifikat o akreditaciji na period od sedam godina, koji je dodelila Agencija za akreditaciju zdravstvenih ustanova Srbije.

U hotelskom delu ČIGOTE® pored smeštajnih kapaciteta (u objektu se nalazi ukupno 341 ležaj), razvijen je i kongresni turizam. Osim medicinskih usluga, gosti ČIGOTE® imaju na raspolaganju i bogatu ponudu ugostiteljsko-turističke sadržine: pansioni restoran, aperitiv bar, restoran „Zlatiborsko nebo“ i kafe-poslastičarnicu sa terasom. Prateći sadržaji takođe zavređuju pažnju: bazen, teretana, tereni za male sportove, kongresna sala i dve male sale za prezentacije, izložbeni prostor, biblioteka i galerija.

Centar ČIGOTA je svojim dugogodišnjim angažovanjem na unapređenju zdravlja ljudi i vizionarskim operedeljenjem i uslugama svog medicinskog i nemedicinskog kadra, postao jedan od vodećih na polju medicine i turizma u Srbiji i Evropi.

Na osnovu ovih aktivnosti, rešenjem Zavoda za zaštitu intelektualne svojine Republike Srbije, ČIGOTA® je postala prvi brend u Republici Srbiji i jedini u Evropi, koji je zaštitio svoje usluge.

Na kraju, stručnost, ljubaznost i nesebična posvećenost korisniku usluga samo dopunjuju ovu izuzetnu sliku o ČIGOTI®, kao mestu gde svaki gost dobija **ZDRAVLJE, SNAGU, LEPOTU i ODMOR.**

In the hotel part of ČIGOTA®, in addition to the accommodation capacities (there are 341 beds in the building), congress tourism has also been developed. In addition to medical services, guests of ČIGOTA® have at their disposal a wide range of catering and tourism facilities: boarding-house restaurant, aperitif bar, restaurant "Zlatiborsko nebo" and a café-pastry shop with a terrace. The accompanying facilities are also worthy of attention: a swimming pool, gym, small sports ground, congress hall and two small showrooms, exhibition area, library and gallery.

Centre ČIGOTA, with its long-standing commitment to improving people's health and visionary operations and services of its medical and non-medical staff, ČIGOTA has become one of leading centres in the field of medicine and tourism in Serbia and Europe.

Based on these activities, by the decision of the Institute for the Protection of Intellectual Property of the Republic of Serbia, ČIGOTA® became the first brand in the Republic of Serbia and the only one in Europe to protect its services.

Ultimately, the expertise, kindness and selfless dedication to the service users only complement this extraordinary image of ČIGOTA® as the place where each guest receives **HEALTH, POWER, BEAUTY and REST.**



ZLATIBOR
www.cigota.rs
+381 31 597597

ODMARALIŠTE „DUNAV“



DUNAV TURIST

Dunav Turist d.o.o.
Odmaralište "Zlatibor"
www.dunavturist.rs

DRAGULJ U SRCU ZLATIBORA

U samom srcu Zlatibora, uokviren borovom šumom, nalazi se prelep objekat kompanije „Dunav osiguranje“ – Odmaralište „Dunav“, koje je otvoreno za sve posetioce.

Odmaralište se prostire na 2.600 kvadratnih metara i čine ga četiri jedinstvene celine: smeštajni deo, ugostiteljski kapaciteti, relaks centar i kongresni kapaciteti, sastavljeni od velike kongresne sale kapaciteta 150 mesta i VIP salona.

Ovaj objekat ima 31 smeštajnu jedinicu, od toga 24 sobe, 4 standard i 3 premijum apartmana.

U sklopu relaks centra nalazi se jedna od najopremljenijih teretana na Zlatiboru i mini wellness koji se sastoji od đakuzi kade, tople klupe, saune i sobe za masažu.

Ugostiteljski deo čine pansionski restoran sa 100 sedećih mesta, kafe „Atrijum“ od 70 mesta sa dečijom igraonicom i jedna od najlepših otvorenih letnjih terasa na Zlatiboru sa 100 sedećih mesta.



Jewel in the heart of Zlatibor

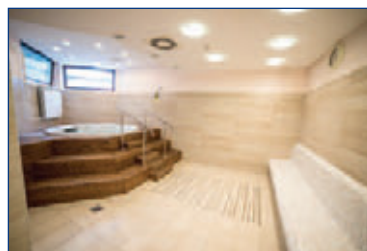
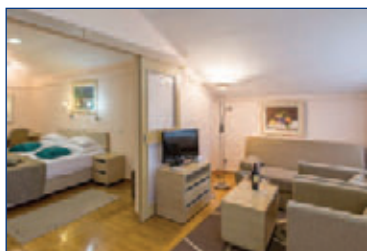
In the very heart of Zlatibor there is a beautiful facility owned by the company Dunav osiguranje – the Dunav Resort, opened to all visitors.

The resort covers 2,600 square meters and consists of four unique units: accommodation, catering facilities, relax center and congress facilities consisting of a large congress hall with a capacity of 150 seats and a VIP lounge.

The resort has 31 accommodation units, of which 24 rooms, 4 standard and 3 premium apartments.

Within the relax center there is one of best equipped gyms on Zlatibor and a mini wellness consisting of a jacuzzi bathtub, hot benches, saunas and massage rooms.

The catering part consists of a restaurant with 100 seats, a cafe "Atrium" with 70 seats and a children's playroom and one of most beautiful outdoor summer terraces in Zlatibor with 100 seats.



 **Hotel Olimp**
ZLATIBOR ★ ★ ★ ★

+381 31 842 555

www.hotelolimp.com hotelolimp@mts.rs

 Cokacija

 Dobnost



 Hrana



 Wellness & Spa



 Cistoca



Uživajte
u odmoru

7 u 1

 Prirodna izvorska Mg voda



 Kao kod svoje kuće





Na centralnom zlatiborskom platu uz samu obalu jezera, okruženo belim borovima i proplancima, nalazi se apartmansko naselje "KRALJEVI KONACI", biser srpskog planinskog turizma.

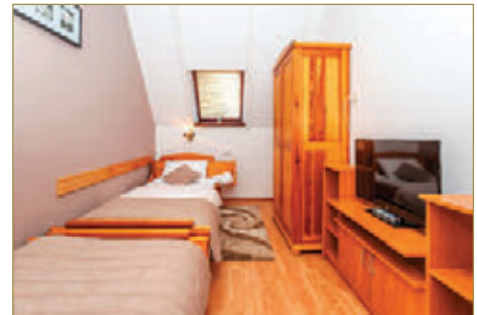
Apartment complex has more than 150 beds in three types of apartments for 4, 5 or 6 persons.

Each apartment consists of ground floor and first floor. The ground floor includes a garage, modern equipped kitchen with pantry, dining room, living room with cable TV, WiFi and telephone, bathroom and terrace with belonging yard. The floor consists of two or three rooms with or without a bathroom.

It is also possible to have a meal at the exclusive restaurant "GRAND Jezero", which with the ambience and national cuisine meets the needs of the biggest gourmets.

During the summer and winter season, our guests can expect numerous benefits and discounts on various facilities.

Odmarajte se kraljevski!



On the central Zlatibor plateau along the lake, surrounded by white pines and hills, there is the apartment complex "KRALJEVI KONACI", the pearl of Serbian mountain tourism.

Apartment complex has more than 150 beds in three types of apartments for 4, 5 or 6 persons. Each apartment consists of ground floor and first floor. The ground floor includes a garage, modern equipped kitchen with pantry, dining room, living room with cable TV, WiFi and telephone, bathroom and terrace with belonging yard. The floor consists of two or three rooms with or without a bathroom.

It is also possible to have a meal at the exclusive restaurant "GRAND Jezero", which with the ambience and national cuisine meets the needs of the biggest gourmets.

During the summer and winter season, our guests can expect numerous benefits and discounts on various facilities.

Relax likes royals do!

www.kraljevikonaci.rs

kraljevikonacizlatibor@gmail.com

+381 31 841 230



ЗЛАТИБОРАЦ®

ДОКАЗАНО | ABSOLUTELY
АУТЕНТИЧАН | AUTHENTIC

-1885-

www.zlatiborac.com

Master KOMUNIKACIJE I SCENSKOG POKRETA



Foto: Filip Stojanović

Svestran i multitalentovan, Marko Stojanović nije samo glumac i pantomimičar. On je i univerzitetski profesor, konsultant za marketing i PR, igrač karlinga, nekadašnji direktor Doma omladine Beograda, predsednik stručnih udruženja, organizator konferencija, ali i neko ko obučava ljude javnom nastupu i unapređuje njihovu veštinu komunikacije. Zato ne čudi što se među njegovim „učenicima“, osim uspešnih menadžera u različitim kompanijama, nalaze i brojni političari.

Iako je bio izuzetno nestašno dete, i kako sam priznaje – „dežurni klovn“ u društvu, naš poznati pantomimičar **Marko Stojanović** nije ni sanjao da će se baviti glumom. Interesovao se za kompjutere i programiranje i maštao o tome da postane haker. Zanimao se i za folklor, astronomiju, fiziku, istoriju... i pohađao sve sekcije u školi, osim dramske, bez obzira što je voleo da gleda filmove i prepričava ih drugarima do tančina, uz mnoštvo pokreta i zvučnih efekata. Prepoznavši njegov talenat i energiju, kućni prijatelj koji je tada bio urednik na Radiju 202, odveo ga je u Indeksovo radio pozorište, gde je sa Indeksovcima snimio nekoliko emisija.

- Bilo je to u vreme kada se Danijel sa pesmom „Džuli“ takmičio na Evroviziji, pa sam dobio zadatak da recitujem „Džuli“ na hrvatsko-crnogorskom dijalektu, i to je postalo popularno, prepričavalo se na žurkama, te su ljudi počeli da upiru prstom na mene. Prijala mi je ta pažnja i prvi put sam u drugoj godini gimnazije ušao u dramsku sekciju, a onda sam od drugara saznao da postoji Fakultet dramskih umetnosti koji se može upisati već posle druge ili treće godine srednje škole. I ta činjenica da mogu da preskočim dva razreda uticala je na moju odluku, tako da sam sa nepunih sedamnaest godina primljen na glumu, u klasi nedavno preminulog profesora Predraga Bajčetića, koji je važio za izuzetno strogog. On mi je promenio život, baš kao i pokojni profesor Maks Janković, koji je predavao scenski pokret. Posle časova me je uvek zadržavao da bi mi pokazivao pantomimu – priseća se naš sagovornik, koji je nakon završenih studija upravo tu veštinu specijalizirao, i to u Internacionalnoj školi pantomime u Parizu kod čuvenog Marsela Marsoa!

BEOGRAD – SVETSKI CENTAR PANTOMIME

Svome francuskom profesoru odužio se tako što je inicirao obeležavanje Svetskog dana pantomime 22. marta, na dan kad je 1923. Marso rođen.

- Nedavno sam upoznao njegovog sina, koji nije u umetničkim vodama, već se intenzivno bavi jogom. Jedan je od prvih promotera aštanga joga u zapadnom svetu i planiram da ga dovedem u Beograd, i da možda čak naredne godine pokrenemo Letnju školu pantomime i joga zajedno. Jer, joga je vrlo prisutna u vežbama scenskog pokreta i pantomime. Ne u onom filozofskom smislu, koliko u fizičkom – tvrdi Stojanović, koji je svojevremeno otvorio i Beogradsku školu pantomime, a danas je predsednik i suosnivač Svetske organizacije pantomimičara, čije je sedište – u Beogradu.

- Ta organizacija je formirana 2004. godine i registrovana u našem glavnom gradu. Dakle, Beograd je svetski centar pantomime. Iako mi nikad nismo imali tradiciju pantomime, kao što nemamo ni tradiciju kabarea i „stand up“ komedije, bilo je jednostavnije i jeftinije tu organizaciju registrovati ovde, nego na primer u Francuskoj. Ovog marta, u Beogradu sam organizovao i Prvu svetsku konferenciju o pantomimi. Nikad takva konferencija nije održana nigde u svetu. Trajala je tri dana i okupila 70 izuzetno značajnih ljudi u ovoj oblasti iz 21 države sveta iz Evrope, Azije, Severne i Južne Amerike! Potrudili smo se da našu zemlju i glavni grad predstavimo na najbolji mogući način, i mislim da smo u tome uspeli: svi jedva čekaju sledeću konferenciju, a s druge strane – bila je vrlo značajna i za našu organizaciju, jer su počeli da nas kontaktiraju i neki producenti tražeći pantomimičare – otkriva naš najpoznatiji „majstor“ ove veštine, koji se bavi i karlingom (zimski olimpijski sport u kom se protivničke ekipe nadmeću u guranju kamenja s jednog kraja ledenog terena na drugi), pa je 2015. u Beogradu organizovao i četvrti kongres Svetske karling federacije.



AMBASADOR KONGRESNOG

TURIZMA

Tada je došao na ideju i da snimi zanimljive video klipove „Srpski za turiste“ u kojima strancima dočarava naš mentalitet i uči ih najosnovnijim srpskim rečima.

- Želeo sam da goste iz inostranstva nečemu naučim, da se ne iznenade kad dođu, posebno što je naša zemlja godinama bila predstavljena u ružnom svetlu. Čak i te 2015. godine, nakon svih odavno završenih ratova i revolucija, ljudi iz tog karling sveta, iako su poznavali mene i moju porodicu, izrazili su brigu za svoju bezbednost zbog

dolaska u Srbiju. Naravno, kad su odlazili iz Beograda videli su da je realnost potpuno drugačija, i ima onih koji se vraćaju i iznova nas posećuju, tako da smo tim kongresom popravili imidž Srbije barem u tom karling svetu. Mislim da svako od nas treba među svojim prijateljima i u društvu u kom se kreće da promovise svoju zemlju na najbolji mogući način – kazuje Stojanović, kog je te godine Kongresni biro Srbije, sasvim zaslužno, proglasio za ambasadora kongresnog turizma.

- Ja ne znam mnogo o turizmu, ali kao turista mogu da vam kažem da me nećete ubediti da dođem u neku destinaciju ukoliko ona nema atraktivne sadržaje. Danas se sve pretvorilo u šou program. E to je već nešto u šta se razumem i gde mogu da pomognem – tvrdi ovaj umetnik, koji se uspešno bavi

i marketingom i odnosima s javnošću: predavač je u brojnim PR agencijama, imao je i svoju agenciju, a radio je i kao šef odeljenja za marketing u Institutu za onkologiju i radiologiju, a potom i kao menadžer marketinških komunikacija u hotelu „Hyatt Regency Belgrade“.

- Bilo da je u pitanju gluma na sceni, odnosi sa javnošću, ili pravljenje reklama... sve je to komunikacija, koja se može poistovetiti i sa pojmom manipulacija. Manipulacija je, u stvari, veoma zabavna i pozitivna stvar kada je u etičkim i umetničkim granicama. Mi to stalno radimo jedni drugima – načinom na koji nekome kažete dobar dan, vi time manipulišete, jer imate neki cilj šta hoćete da postignete kroz tu komunikaciju. Ista stvar je i sa glumom. Dakle, mi manipulišemo i sopstvenim emocijama, ali pre svega, osećanjima publike. Sve je to pričanje priče. Uvek sam imao sklonosti ka tome da prepričavam ili izmišljam priče i nije mi bilo strano da se upustim u te vode. Nekako je prirodno došlo, motivisano nekim preduzetničkim duhom. A uvek sam bio i znatiželjan, hteo sam da naučim sve i svašta – tvrdi ovaj glumac, koji obučava i naše političare javnom nastupu.

VEŽBE ZA JAVNI NASTUP

- Uglavnom vežbaju neverbalnu i verbalnu komunikaciju – pre svega retoriku, način kako će nešto reći, saopštiti. Komunikacija je veština, oruđe i oružje, zato je potrebno redovno trenirati. Paralelno se rade i fizičke vežbe, kao i simulacije raznih situacija, bilo da je u pitanju držanje govora, intervju na televiziji, duel sa protivničkim kandidatom, sa sve polivanjem čaše vode u lice, jer i to može da im se desi. Da bi političari imali samopouzdanje i da bi verovali sebi i tome što govore, neophodno je da savladaju tremu, odnosno, strah. To će postići samo ako





Foto: Filip Stojanović



Versatile and multi-talented, Marko Stojanović is not just an actor and a mime. He is also a university professor, marketing and PR consultant, curler, former director of the Belgrade Youth Center, president of professional associations, conferences organizer, and also someone who trains people for public speaking and improves their communication skills. It is therefore not surprising that among his "students", besides successful managers in different companies, there are numerous politicians.

DOM OMLADINE VRATIO MLADIMA

Marko Stojanović je u periodu od 2013. do 2015. godine obavljao i funkciju v.d. direktora Doma omladine u Beogradu. Kako kaže, za te dve godine trudio se da mladima ponudi što je moguće više besplatnih sadržaja. Tako je pokrenuo besplatnu školu omladinskog preduzetništva – kratke kurseve, seminare, radionice praktičnog znanja iz najrazličitijih oblasti.

- Cilj mi je bio da vratim mlade u Dom omladine. U drugoj godini mog mandata u DOB-u smo organizovali više od 400 radionica. Zahvaljujući i tome, kroz Dom omladine prošlo je više od 500.000 ljudi za godinu dana! Školskim bendovima omogućio sam da nedeljom uveče besplatno koriste prostor male sale za svirke uživo. Ponedeljkom, kada uglavnom pozorišta ne rade, srednjoškolskim trupama davali smo prostor za dramske sekcije, i imali su predstave na pozorišnoj sceni u velikoj sali. Bila mi je želja da, praktično generaciji moga sina, omogućim da dobije nešto što smo mi kao klinci imali, čak još i više. Nadam se da sam u tome makar i delimično uspeo – kazuje Stojanović.



prođu kroz sve moguće situacije – otkriva Marko Stojanović.

Pitamo ga – kako se osloboditi od treme i kako usavršiti svoj javni nastup?

- Prvi savet je – bavite se sportom. Naizgled to nema nikakve veze sa komunikacijom, ali prvi naši strahovi potiču iz neverovanja svome telu. Važno je izgraditi poverenje u sopstveno telo, a s druge strane, fizičkim vežbama stižete kondiciju koja je veoma važna kod teških psihofizičkih aktivnosti, a posebno za disanje i govor. Od daha zavisi kako ćemo govoriti, jer su molekuli vazduha nosači zvuka. Kroz sport se najbolje uči pravilno disanje, tj. telo u pokretu vas tera da dišete duboko i da počnete da koristite međurebarne mišiće i dijafragmu na pravi način – kazuje

Stojanović, i dodaje da je za kvalitetan nastup izuzetno važna i – dobra priprema.

- Nemojte da vas mrzi, sedite i napišite sebi tekst, naučite ga napamet kao pesmicu i izgovarajte ga sa preprekama, tako što ćete isplaziti jezik, staviti pampur u usta, ili grgotati vodu dok govorite. Telo se trudi da savlada prepreku i onda stupaju na scenu i oni mišići koje možda i ne koristimo. Kada posle toga probate da govorite bez prepreke, svi mišići se uključuju i reči prosto lete preko jezika. I veoma razgovetno govorite, što je vrlo važno. Takođe, bitno je i iskustvo – što se više pojavljujete u javnosti, što više govorite na raznim skupovima ili čak kod kuće pred rodbinom, utom će vaš nastup biti bolji. Nisam zagovornik vežbanja pred

ogledalom. Steknite svest o svom telu ne gledajući se u ogledalo, nego kroz interakciju sa drugima. Vi ćete kroz vežbanje steći i koordinaciju i imati kompletnu sliku o sebi u glavi – uverava nas Marko Stojanović, koji svoje bogato znanje o javnom nastupu, ali i marketingu i odnosima sa javnošću, prenosi zaposlenima u brojnim kompanijama, doskora i na Univerzitetu Singidunum, a sada na Fakultetu savremenih umetnosti gde je vanredni profesor, čiji će studenti glume, po završetku studija, svoja znanja i veštine moći da primene i u nekim drugim, sličnim zanimanjima. Baš kao što to čini ovaj svestrani glumac i pantomimičar – s mnogo uspeha!

Biljana Bosnić Ognjenović



MK Mountain Resort

HOTELS & APARTMENTS KOPAONIK



Kopaonik NOVI DOŽIVLJAJ LETA VIKEND PAKETI

OD
124€



Grand Hotel & Spa

MEMBER OF MK MOUNTAIN RESORT KOPAONIK



Rezervacije i informacije: +381 36 547 12 46 | info@mkresort.com
www.mkresort.com

ŠAMPIONI luksuza u malom

Pripadnici „Small luxury hotels of the world“ grupe ne veruju da je veće – bolje. Bilo da je reč o raskošnoj luksuznoj palati ili „opuštenom“ rizortu na osamljenom ostrvu, mali luksuzni hoteli nude jedinstvenu uslugu i nezaboravna iskustva.



Independently minded.

Pre deset godina hotelski marketing obilovao je privlačnim slikama udobnih soba, opremljenih kupatila, loyalty programima, raznovrsnom restoranskom ponudom... Uopšteno govoreći, fokus promotivnih kampanja bio je na hotelu i brendu, dok je danas fokus marketinških aktivnosti na iskustvu gostiju – što autentičnije to bolje.

Grupacija „Small luxury hotels of the world“ osnovana je 1989. godine, te sa iskustvom dugim skoro 30 godina dobro zna šta je potrebno za kreiranje nezaboravnog iskustva. Među 520 članica – luksuznih, nezavisnih hotela u više od 80 zemalja nalaze se manji objekti u seoskim okruženjima, vile, palate, rizorti, hoteli u centru grada, sa restoranima

sa Michelin zvezdicama, privatnim golf terenima, konjušnicama, spa centrima, ski ili safari ponudom, vinarijama, privatnim ostrvima, kao i *trendy rooftop* barovima. Najveća prednost ovih hotela u odnosu na poznate hotelske brendove je usluga koju pruža hotelsko osoblje i promovisanje lokalnih iskustava sa destinacije. Od nedavno i Srbija ima svog predstavnika u ovoj grupi, a to je „Saint Ten“ hotel u Beogradu.

PROCES SELEKCIJE I PROVERA KVALITETA

Jedna od najvažnijih usluga ove grupacije je spajanje gostiju koji razmišljaju drugačije sa nezavisnim hotelima koji nude jedinstvenu uslugu, a za uzvrat hoteli plaćaju članarinu i procenat od svake rezervacije.

Tim za razvoj „Small luxury hotels of the world“ grupacije ima zadatak da svaki od hotela, koji želi da postane član, poseti i proveriti da li nudi sve ono što je neophodno – odnosno ništa manje od luksuza i konstantnog visokog standarda usluge. „Kada utvrdimo da smo pronašli redak dijamant koji sija, delimo taj sjaj sa vama“ – piše na sajtu ove grupe.

Nivo konzistentnosti kvaliteta ponude, ali pre svega usluge (interakcija, kontakt očima, emocije), proverava se anonimnim inspekcijama, najmanje jednom godišnje. Onim hotelima koji ne zadrže minimalne zahteve, nakon razgovora daje se period od tri meseca da poprave stanje do naredne inspekcije.





SAINT TEN

LUXURY BOUTIQUE HOTEL

Cocktails
after your taste



Svetog Save 10 | + 381 11 411 66 33 | www.saintten.com



The „Small Luxury Hotels of the World“ group was founded in 1989, and with the experience of nearly 30 years, it knows well what is needed to create an unforgettable experience. Among the 520 members - luxury, independent hotels in more than 80 countries, there are smaller facilities in rural environments, villas, palaces, resorts, city center hotels, with private golf courses, horses, spa centers, ski or safari offers, wineries, private islands, as well as trendy rooftop bars. The biggest advantage of these hotels in comparison to well-known hotel brands is the ultimate service provided by hotel staff and the promotion of local experiences from the destination. Recently, Serbia has its representative in this group - the "Saint Ten" hotel in Belgrade.



ŠTA DONOSI ČLANSTVO

Sve veći broj hotelskih brendova ulazi u luksuzni segment, a primetna su i spajanja velikih igrača koji time postaju još veći i jači kada je reč o marketingu. Uvođenje „lifestyle“ kategorije takođe ukazuje da više hotela koji su ranije zauzimali tržište hotela sa 4 zvezdice, sada targetuje goste koji traže jedinstveni luksuzni smeštaj, te je malim, nezavisnim hotelima sve teže da bude vidljivi na tržištu.

Small Luxury Hotels svojim članovima pruža potrebnu podršku da se izборе za svoju poziciju na globalnom tržištu, dođu do turističkih agenata i online kanala prodaje, a nedavno su u promotivnu kampanju uložili 1.2 miliona dolara sa ciljem da u hotele privuku potrošače koji žele drugačije iskustvo od onog koji nude veliki brendovi. Poput Michelin vodiča koji preporučuje restorane, ova grupa zahvaljujući reputaciji koju godinama gradi, preporučuje gostima hotele za koje su sigurni da će ispuniti njihova očekivanja.

Prethodnih godina grupa „Small luxury hotels of the world“ osvojila je brojna prestižna priznanja među kojima se ističe „World Travel Awards“ nagrada u kategorijama „World's Leading Boutique Hotel Brand“ 2014. i 2015. godine i „World's Leading Luxury Hotel Brand Website“ 2014. godine. Dobitnici su tri godine zaredom priznanja „British Travel Awards“ u kategoriji „World's Leading Boutique Hotel Brand“ - 2015, 2016. i 2017. godine.

Marija Obradović





SILK&CLEAN INTERNATIONAL



Nikada nećete dobiti drugu šansu za PRVI utisak.



SKIDANJE FLEKA SA ODEĆE

Vlažne maramice su vrlo efikasne, a opet napravljene su tako da ne oštete strukturu ili boju odeće. Tečnost koju sadrže ima blagi miris limuna, prijatne su za dodir i ne iritiraju kožu. Jednostavnim pokretom, otvorite kesicu, izvučete maramicu natopljenu specijalnom mešavinom, utrljate maramicom na fleku na odeći ili kravati, sačekate nekoliko trenutaka da tečnost ispari i da se tretirano mesto osuši, i vaša fleka je zauvek nestala. Na ovaj način možete skinuti fleke od crvenog voća, vina, čokolade, i sve druge fleke koje su do sada predstavljale noćnu moru u svakodnevnom životu.



SKIDANJE FLEKA SA SVILENIH KRAVATA

Efikasno rešenje za skidanje fleka sa svilenih kravata pri čemu se čuva struktura i boja materijala.

Uz ove vlažne maramice možete skinuti fleke od crvenog voća, vina, čokolade, kao i sve druge fleke.



NEGA KOŽNE OBUĆE

Sunderčić za čišćenje obuće je natopljen specijalnim voskom, koji dubinski neguje vaše cipele i omogućava im da zablistaju u punom sjaju. Proizvod je napravljen tako da omogući čišćenje cipela, a da ruke pri tom nemaju kontakt sa sunderom ili voskom.

Jednostavnim pokretom otvorite pakovanje, očistite vaše cipele i kesicu odložite u smeće. Osim sjaja koji vaše cipele dobiju, omogućavate im dugotrajnu dubinsku negu.

Vaš saveznik u borbi protiv fleka!

Kako popuniti kapacitete?

Jedan od najupornijih izazova sa kojima se susreću hotelijeri je povećanje stepena zauzetosti kapaciteta. Iako postoje oprobani trikovi kojima se to može postići, neki su se dokazali dugoročno efikasnim, a dobra vest je da su takođe veoma jednostavni i lako primenljivi.



TARGETIRANJE TRŽIŠTA

Kako bi uspešno izabrali tip gostiju koji žele da privuku ili zadrže u svojim objektima, hotelijeri sakupljaju podatke o demografiji svojih gostiju, njihovim navikama, preferencijama, itd, obrađuju ih i donose zaključke o segmentu tržišta koji treba da targetiraju, kako bi izbegli takozvano marketinško „gađanje u mraku“.

Nakon pravilnog targetiranja tržišta, neophodno je kreirati pakete ponuda i osmisliti promocije koje će biti po meri odabranog segmenta. Naravno, hotel može targetirati nekoliko različitih segmenata potrošača, ali i jedan segment može imati više podsegmenata (uzrast, etnička pripadnost, profesija, visina prihoda...), stoga je važno za svaku od podvrsta određene ciljne grupe napraviti odgovarajuću ponudu.

POMOĆ OKOLINE

Uspostavljanje saradnje sa korporacijama i drugim velikim biznisima je dobra strategija za povećanje zauzetosti soba. Uvođenje kvalitetnog *property management* sistema olakšava poslovnim klijentima iz kompanija sa kojima hoteli imaju uspostavljenu saradnju da izvrše pojedinačne rezervacije koristeći individualnu login opciju.


Osim toga, pametno bi bilo da maksimalno iskoristite svaki veliki događaj koji se održava u gradu ili u blizini hotela, a koji privlači veliki broj posetilaca – bilo da je to neki kulturni festival, velika konferencija, koncert... Promovisanjem izabranog događaja, hotelijeri posredno promovišu i svoj objekat. Važno je biti kreativan i ponuditi posebne popuste, dodatke, izlete... za ljude koji posećuju događaj. Ili još



One of the most persistent challenges faced by hoteliers is how to increase hotel occupancy. While there are several tricks in the book to achieve full occupancy, few prove effective in the long-run, and very easy to use: target the right market, customize packages and promotions, partner with corporations, count on events or cultural festivals, discounts, loyalty programs and other perks, make property inclusive, offer something that sets you apart and engage with online audiences.



zepterhotel

Jedinstveni doživljaj u  Vrnjačke Banje



Spa & wellness centar

Vrnjačka Banja, +381 (0)36 611 770, www.zepterhotelvbanja.com



zepterhotel

Između Tare i Drine, odmor za sve generacije



VILA DRINA

jezero Perućac



Bajina Bašta, +381 (0)31 862 451, www.zepterhoteldrina.com

NAJVEĆI IZAZOV ZA SVAKOG HOTELIJERA

bolje, uvezati se sa organizatorima kako bi ulitali hotel na web sajt događaja ili brošuru.

POPUSTI I INKLUZIJA

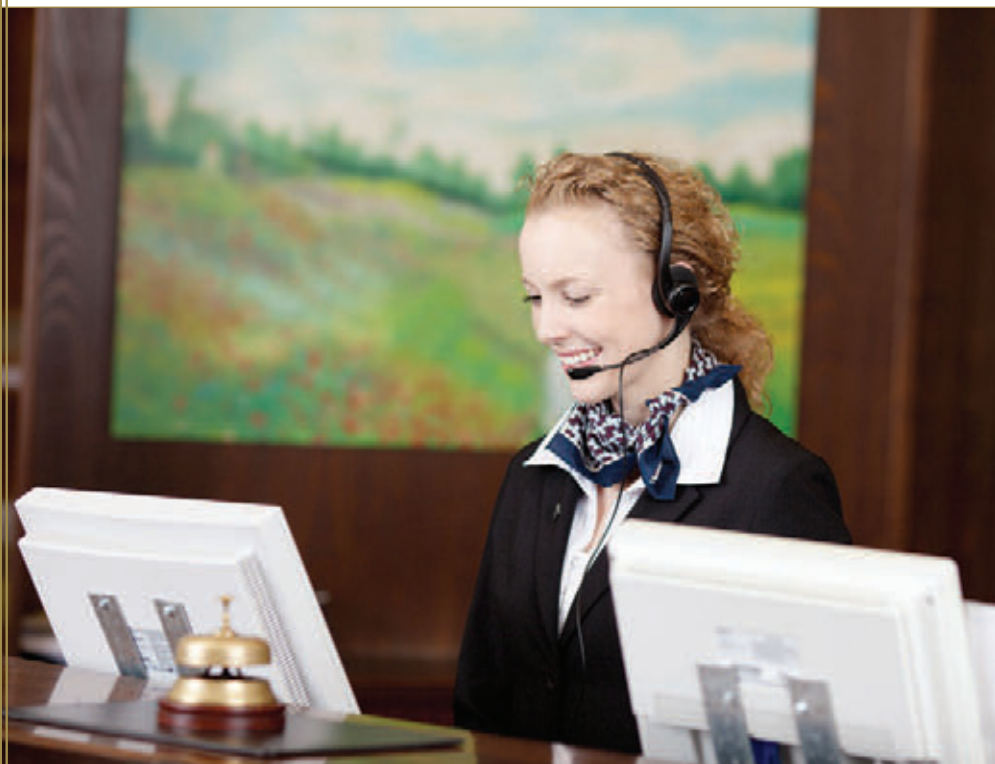
U čovekovoj prirodi je da ga privalače popusti – čak iako je snižena cena i dalje skuplja od drugih ponuda. Ljudi su psihološki predisponirani da misle da dobijaju najbolju ponudu kada vide sniženu cenu. Popusti na cenu noćenja se mogu odnositi na studente, decu ispod određenih godina starosti, za poslovne goste..., a to mogu biti i brojni early-bird popusti. Dobar savet je i uvođenje kvalitetnog *loyalty* programa, koji će ponuditi popuste lojalnim gostima.

Inkluzija je možda najmanje istražena strategija prodaje, a ona podrazumeva da se hotel prilagodi svim gostima: obezbediti kolica za invalide i starije goste, kao i visoke stolice u restoranu za porodice sa malom decom, staviti napomene *pet-friendly*...

JEDNOSTAVNO BITI DRUGAČIJI

Ponekad, i pored svih napora i trikova, hotelijeri ne uspevaju da ostvare značajnije povećanje zauzetosti. U takvim situacijama

im se savetuje da ponude hotel kakav neće biti sličan ni jednom drugom u okolini. Ljude prirodno privlače superlativi – najveći, najviši, najširi, prvi, jedini... Dok su za neke superlativne op-hodne velike investicije, drugi se mogu postići uz malo kreativnosti. Jedna ideja je promena imidža hotela, odnosno, prilagođavanje izgleda određenoj temi, kao na primer oživljavanje ere 50-ih godina prošlog veka ili neke od popularnih tema iz novijeg



vremena, kao što je „Gospodar prstenova“ ili „Ratovi zvezda“. Na taj način se pored privlačenja gostiju stvara i efekat priče, što može biti moćan marketinški alat!

Na kraju, ne treba potcenjivati moć društvenih mreža kada je reč o povećanju stepena zauzetosti soba. Povezivanje sa potencijalnim gostima online duboko je ukorenjeno u građenje poverenja. Hotelijeri bi trebalo da budu aktivni na sajtovima gde se ostavljaju komentari i odgovaraju na upite potencijalnih gostiju, čime se šalje poruka da je određenom hotelu stalo do svojih gostiju, a to je prvi korak u pridobijanju lojalnosti.

Priredila: Marija Obradović

NEW CITY HOTEL

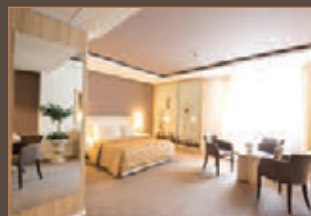
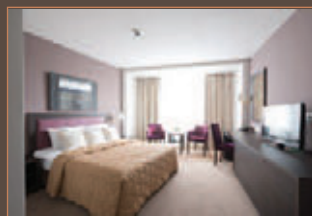


Beskompromisni kvalitet u centru Niša

Iako je otvoren pre nepune dve godine, New City Hotel & Restaurant brzo je dostigao status najprefinjenijeg hotela u Nišu.

Hotel se nalazi u samom centru grada, u blizini svih bitnih institucija i najznačajnijih turističkih lokaliteta. Različiti tipovi soba i apartmana pružaju gostima maksimalni nivo komfora i udobnosti.

New City hotel se naročito ponosi svojim à la carte restoranom sa pažljivo sastavljenom ponudom specijaliteta internacionalne kuhinje, što je takođe jedan od razloga zbog kojeg najeminentnije kompanije baš u ovom hotelu organizuju svoja poslovna dešavanja i to u moderno opremljenim, multifunkcionalnim konferencijskim salama.



NEW CITY HOTEL

Uncompromising quality in the center of Niš

Although it was opened just two years ago, New City Hotel & Restaurant quickly reached the status of the most refined hotel in the town of Niš.

The hotel is located in the town center, close to all important institutions and the most important tourist sites. Different types of rooms and suites provide the guests with the maximum level of comfort and cosiness. New City hotel is especially proud of its à la carte restaurant with a carefully prepared international cuisine offer, which is also one of the reasons why the most eminent companies are organizing, in this hotel, their business events in the modern, multifunctional conference halls.

NEW CITY
HOTEL & RESTAURANT

Tončev Grupa d.o.o. NIŠ
Vožda Karađorđa 12, NIŠ, SRBIJA
+381 18 504 800, +381 60 42 30 117
www.newcityhotelnis.com



VISOKA TEHNOLOGIJA KAO IMPERATIV

Informativna i komunikaciona tehnologija postala je ključna za privlačenje i zadržavanje gostiju hotela, a danas to znači ulaganje u širok spektar rešenja. U skladu sa tim, menjaju se i očekivanja potrošača, kao i način na koji hotelska industrija obavlja svoj posao. Neki od trendova dovode do velikih poboljšanja i ušteda za kompanije, dok drugi utiču na to kako hotelski projektanti planiraju svoje zgrade, infrastrukturu, strukturu upravljanja i kadrovske zahteve. Veštačka inteligencija, mobilne tehnologije i virtuelna realnost uskoro će postati norma kako potencijalni gosti doživljavaju putovanje. Predstavljamo vam neke od najnovijih tehnoloških trendova u hotelskoj industriji.

AUTOMATSKA PRIJAVA I ODJAVA GOSTIJU

U nastojanju da poboljšaju efikasnost, hoteli traže automatizaciju procesa prijave i odjave iz hotela omogućavajući osoblju da se više fokusira na druga iskustva gostiju. *Jannah Hotels and Resorts* u Dubajui želi da eliminiše redove u predvorju tako što omogućava gostima da se prijave u samo nekoliko klikova putem svog pametnog telefona ili tableta. Ova usluga, takođe, obavlja i druge recepcijske poslove poput buđenja gostiju u željeno vreme ili asistira prilikom iznajmljivanja vozila. Još jedna prednost eliminisanja recepcijske usluge

kao stavke je u tome što se na taj način otvara dodatni prostor u hotelu za druge sadržaje poput mesta za razonodu, druženje ili animaciju gostiju. S druge strane, još od samog začetka hotelske industrije, recepcija je predstavljala srce svakog hotela. To je prvo mesto s kojim se gosti susreću i prvo mesto na koje idu ako imaju neko pitanje ili problem. Zato čak ni porast online rezervacija i pametne tehnologije nije mogao narušiti važnost i značaj same recepcije i „face to face“ dočeka i komunikacije sa gostima.

KORIŠĆENJE MOBILNOG DIGITALNOG KLJUČA

Jedan od trendova razvoja hotelskih tehnologija leži u kreiranju mobilnog digitalnog ključa za hotelske sobe ili druge prostorije i sadržaje u sklopu hotela. Nepredvidive kartice uskoro će biti zastarele, zamenjene mobilnom aplikacijom na pametnom telefonu pomoću koje telefon postaje ključ. Hotelskim gostima digitalni ključ omogućuje otvaranje vrata hotelske sobe, kao i pristup prpratnim sadržajima hotela poput SPA centra ili bazena, a pripadajuća aplikacija informisanje i interakciju s osobljem. *Renaissance New York Midtown Hotel* pokrenuo je funkciju mobilnog

ključa kao deo mobilne aplikacije *Marriott*. Uz pomoć aplikacije za mobilnu prijavu, koja je široko dostupna u *Marriott* hotelima širom sveta, gosti koji imaju IOS operativni sistem na telefonu mogu preskočiti recepciju i odmah ući u svoju sobu koristeći pametni telefon za otvaranje vrata, štedeći tako svoje vreme.

POVEZANE SOBE

Kompanija *Hilton* najavila je da će u ovoj 2018. godini svoju ponudu obogatiti konceptom „Connected room“ (povezana soba), visokotehnološkom platformom koja omogućava gostima da preko pametnih mobilnih telefona kontrolišu mnoge aspekte svog boravka u ovom hotelskom lancu. Gosti će moći da koriste aplikaciju *Hilton Honors* na svojim pametnim uređajima kako bi upravljali većinom funkcija u sobi, kao što su kontrola temperature, osvetljenje, roletne i TV. Gosti će, takođe, moći da personalizuju svoj apartman tehnologijom koja učitava najpopularnije medije za streaming i druge naloge na televizorima u sobi i time dodatno prilagoditi sobu prema svojim individualnim preferencijama. Kako se tehnologija razvija, gosti će moći da koriste glasovne ko-

mande za kontrolu funkcija u sobi, pristup njihovom sadržaju ili čak upload svojih fotografija ili radova. Aplikacija će pamtiti preferencije gostiju za buduća gostovanja u *Hilton*-ovim hotelima.

Kompanija ističe da članovi *Hilton Honors* programa lojalnosti već mogu da koriste mobilnu aplikaciju za prijavljivanje, izbor sobe i otvaranje vrata, umesto da koriste ključ kartice. Do danas je kompanija zabeležila 34 miliona digitalnih *check-in*-a, 4 miliona preuzimanja aplikacije za ključeve, a otvoreno je skoro 19 miliona vrata. U oktobru 2017. vrata *Hilton* hotela bila su otključavana pomoću aplikacije za *smartphone* svakih 1,5 sekundi.

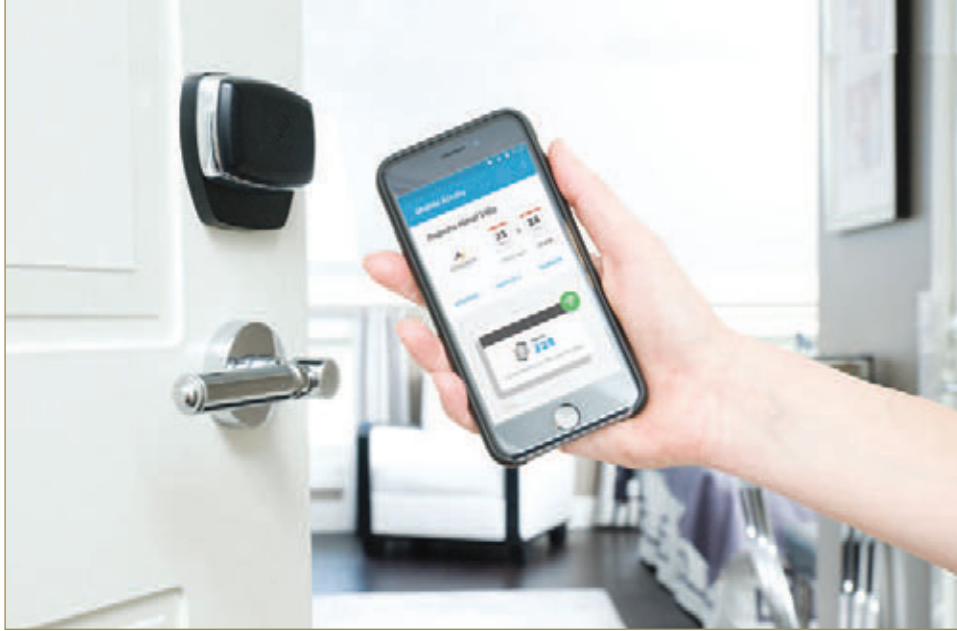
TEHNOLOGIJA ZA OČUVANJE ENERGIJE

Mnogi hotelski operateri posvećeni su programima zaštite životne sredine i smanjenju utroška energije. Prema izveštaju portala *Booking.com* o globalnom održivom putovanju, 65% svetskih putnika daje jaku prednost ekološkom smeštaju. *Starwood Hotels & Resorts*, globalna hotelska kompanija, smanjila je potrošnju energije za 12,08%, emisiju ugljenika za 16,07% i korišćenje vode za 17,26% u svim svojim objektima od 2008. do 2014. godine. *Starwood*ovi ciljevi zaštite životne sredine pokrenuti su u 2009. godini i obećavaju da će do 2020. godine globalno smanjiti potrošnju energije za 30%, korišćenje vode za 20%, a emisiju ugljenika za 30%. Zahvaljujući tehnologiji senzora pokreta, kada u sobi nema nikog, osvetljenje se može automatski isključiti i smanjiti temperatura, pa uštede na nivou hotela mogu biti značajne. S druge strane, iako gosti žele „zeleni hotel“, luksuz je nešto od čega ne mogu odustati i to može predstavljati problem za vlasnike hotela ukoliko ne nađu pravu meru u štednji.

Wi-Fi

Vodeći hoteli investiraju u bolju i bržu Wi-Fi infrastrukturu, tako da gosti mogu da koriste svoje tehnološke uređaje s lakoćom kada rezervišu boravak. U prošlosti su hoteli mogli da naplaćuju tu uslugu, a danas se ona podrazumeva. Iako instaliranje i održavanje bežične mreže širom hotela predstavlja dodatne troškove, mnoge vodeće hotelske grupe počele su da ugrađuju Wi-Fi visoke





Artificial intelligence, mobile technology and virtual reality will soon become the norm in hotel industry. Some of the latest technology trends in the hotel industry are: automatic check-in and check-out, mobile digital keys, connected rooms, interactive walls, faster and better Wi-Fi infrastructure, modern energy conservation technology, robots and infrared scanners to detect whether guest is in the room or not.

gustine i pružaju pokrivenost mobilnim telefonima i u garaži, jer gosti očekuju ove usluge tokom svog boravka (ne samo za sebe, već i za svoje goste, ako npr. održavaju konferenciju u hotelu).

INTERAKTIVNI ZIDovi

Hotel *Renaissance New York Midtown*, poznat kao prvi multisenzorni, "živi" hotel Njujorka otvoren 2016. godine, može se pohvaliti zapanjujućim interaktivnim displejima duž ulaznog hodnika koji stvaraju vizuelnu tapiseriju koja odgovara ljudskom kretanju. Hotel, takođe, uključuje enterijer koji se menja prema godišnjim dobima. Ovaj „živi“ zid će stupiti u interakciju sa gostima dok putuju kroz predsoblje, sa posebnim digitalnim snimcima omogućavajući raznovrsnu zabavu koja čeka da bude otkrivena.

ROBOT I INFRACRVENI SKENERI

Mnogi stručnjaci predviđaju rast „robotskih hotela“ u kojima bi roboti radili na recepci-

ji, u barovima ili u hotelskom domaćinstvu. Iako sada to deluje neverovatno, nema sumnje da će roboti postati uobičajeni u hotelima. Butik hotel koji se nalazi između sedišta kompanije *Apple* i drugih tehnoloških kompanija, nazvan *Aloft Cupertino*, ima robotskog batlera po imenu *Botlr* koji se može kretati između različitih spratova hotela opslužujući goste. Ulaganja u ove vrste tehnoloških inovacija podstiču smanjenje tehnoloških i operativnih troškova.

Infracrveni skeneri koriste se prilikom održavanja soba kako bi se gosti što manje uznemiravali. Ukoliko na vratima ne visi znak „Ne uznemiravaj“, umesto kucanja i telefonskih poziva, osoblje hotela može da preuzme inovativniji pristup korišćenjem infracrvenih skenera koji će otkriti telesnu toplinu u sobi i signalizirati osoblju zaduženom za higijenu da bi trebalo da se vrte kasnije, ako je soba trenutno zauzeta.

TEHNOLOGIJA, IPAK, NIJE SVEMOGUĆA...

Tehnologija koja se koristi u hotelima mora biti intuitivna, jednostavna i laka za korišćenje, jer gosti obično provode ograničeno vreme u svojim sobama i treba da uživaju u tom iskustvu, umesto da vreme troše na prilagođavanje novoj tehnologiji. Iako nema sumnje da tehnologija ima ogromnu ulogu u oblikovanju hotela budućnosti, postoje neke stvari koje se nikada ne mogu u potpunosti zameniti, a to je ljudski dodir. Zato je prevelika automatizacija štetna za industriju koja funkcioniše na interakciji između ljudi. Tehnologija je samo jedan aspekt onoga što gosti hotela traže, pogotovo kada su u pitanju starije generacije. Kako bi došlo do povećanja popunjenosti, privlačenja željenih gostiju i stvaranja novih izvora prihoda, najbitnije je efikasno inkorporirati tehnologiju i uklopiti je u ostale aspekte hotelske ponude.

Nevena Vučić



Ivan Vitorović

Generalni direktor MHM

Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Beogradu gde je završio i posle diplomanske studije. Kao ovlašćeni zastupnik kompanije Pegasus bavio se organizovanjem kongresa i uvođenjem rezervacionih sistema u hotele u Srbiji. Godine 2005. pridružuje se kompaniji Mona d.o.o. gde je obavljao funkcije menadžera prodaje i marketinga, potom menadžera hotela Mona Zlatibor, direktora prodaje, marketinga i razvoja, te izvršnog direktora.

Godine 2016. postaje generalni direktor kompanije Mona Hotel Management (MHM), koja osim što upravlja hotelima, trenutno gradi hotel Mona Plaza u Beogradu, razvija projekat dogradnje hotela Javor, kao i koncept rezidencijalnog kompleksa u Sirogoinju.

Sertifikovani je trener Američke asocijacije hotelijera (AHLEI), član HORES-a i predsednik u savetodavnom bordu Kongresnog biroa Srbije.



DA NISTE HOTELIJER, BILI BISTE...?

Moguće da bih bio arhitekta. Verujem da bi me i tu put naveo na hotelske projekte.

KOJU ISTORIJSKU LIČNOST BISTE VOLELI DA UGOSTITE U HOTELU?

Nikolu Teslu.

NA ŠTA NAJVIŠE OBRAĆATE PAŽNJU KAO GOST HOTELA?

Na ljubaznost osoblja, higijenu prostora i kvalitet hrane.

KOJA LIČNA VEŠTINA VAS IZDVAJA OD OSTALIH HOTELIJERA?

Jedno je kako mi sami sebe vidimo, a drugo kako nas vide ostali... Veština po kojoj se možda izdvajam je proaktivnost.

DA LI STE VIZIONAR, STRATEG, LIDER, KREATOR ILI...

Od svega po malo.

ŠTA JE ZA VAS NAJVEĆA VREDNOST, A ŠTA NAJVEĆA MOTIVACIJA?

Najveća vrednost za mene su lojalnost i profesionalizam, a motivaciju pronalazim u novim projektima.

OD KOGA STE DOBILI NAJDRAGOCENIJU POSLOVNU LEKCIJU?

Posao nije poput naučnog otkrića, te ne bih mogao to da pripisem jednoj lekciji. Pre bih rekao da su to dragoceni trenuci provedeni u razgovorima i analizi kako sa poslodavcima, tako i sa poslovnim partnerima, kolegama, prijateljima... Od svakoga se nešto može naučiti!

O ČEMU JOŠ UVEK SANJATE?

Sanjam o Srbiji kao regionalnom lideru kontinentalnog turizma! Možda zvuči uopšteno i pretenciozno, ali to je nešto u šta verujem! Treba još mnogo da radimo da bismo to postigli.

DA IMATE VIŠE VREMENA – U ŠTA BISTE GA INVESTIRALI?

U usavršavanje, porodicu i prijatelje.

KOJA JE VAŠA POSLOVNA I ŽIVOTNA FILOZOFIJA?

Sve što ne znaš, možeš naučiti!

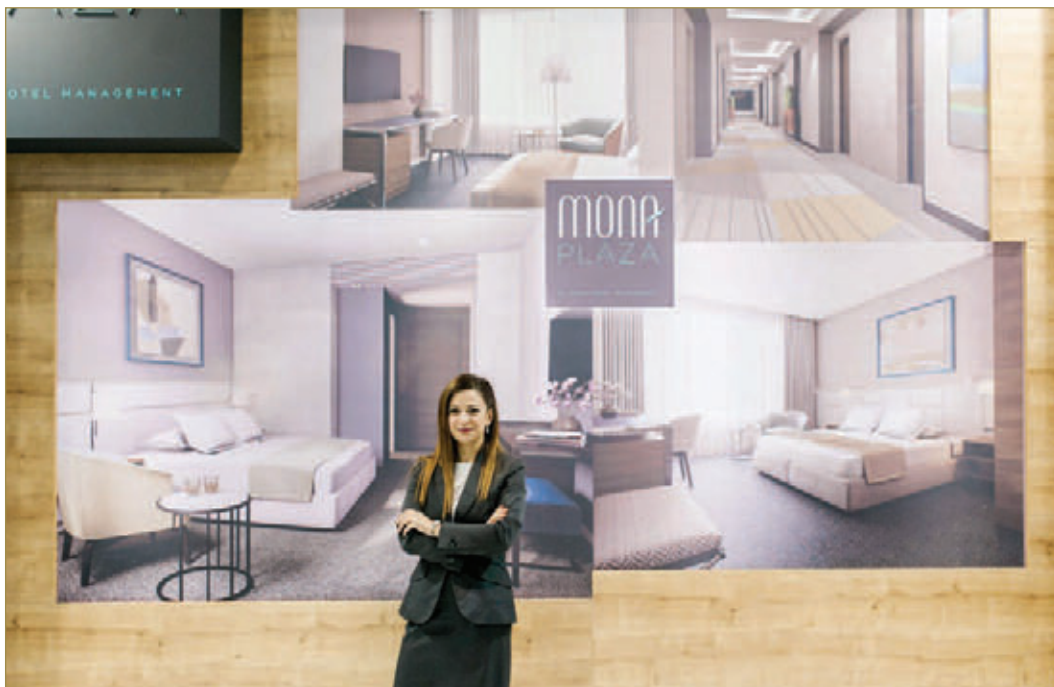
KOMPANIJA koja ulaže U SVOJE ZAPOSLENE

Kompanija Mona Hotel Management je početkom ove godine oformila posebno odeljenje zaduženo za razvoj i edukaciju zaposlenih. Kako saznajemo od **Marije Lekić**, menadžera ovog sektora, svi zaposleni u Mona hotelima – uključujući i top menadžment, prolaze kroz različite treninge i obuke, a sve u cilju unapređenja usluge, postizanja boljih performansi i većeg zadovoljstva gostiju, ali i samih zaposlenih.

TRENINZI I EDUKACIJA

- Sa menadžerima smo počeli da implementiramo program koji se tiče upravljanja učinkom, dok sa svim zaposlenima u našim hotelima izvodimo obuke i treninge koji se odnose na komunikaciju sa gostima, prevazilaženje izazovnih situacija, rešavanje žalbi, unapređenje prodajnih veština i upselling... Početkom godine smo sproveli posebne treninge za unapređenje rezervacije prodaje, nakon kojih smo već u prvom mesecu primene programa zabeležili konverziju od 4 odsto veću u odnosu na isti period prethodne godine! Takođe, imamo i standardizovan program za upoznavanje novih saradnika sa kompanijskim vrednostima i uvođenje u posao – za recepciju, konobare, kuvare i sobarice – otkriva Marija Lekić, i dodaje:

- Uskoro pokrećemo i aplikaciju za *e-learning*, koja se bazira na konceptu takozvanog nano-učenja. Ovde se radi o kratkim formama usvajanja znanja u vidu video klipova i animiranih prezentacija, čije sadržaje mogu da kreiraju i menadžeri, u zavisnosti od prepoznatih potreba za unapređenjem. Razvili smo i interni tim odeljenskih trenera, tako što su svi šefovi sektora i njihovi zamenici stekli trenerske veštine kako da kreiraju treninge na radnom mestu, kako da ih usklade sa standardima i procedurama, na



koji način da ih izvode, koliko da traju, kako da se prate... Takođe, angažujemo i eksterne predavače – etablirane stručnjake iz oblasti hotelijerstva, gastronomije, menadžmenta, komunikacija, psihologije, itd. Nedavno smo uradili analizu broja i trajanja edukacija od početka godine: kod nas se svaki drugi sat govori o nečemu novom i razrađuju se koncepti unapređenja na svim organizacionim nivoima.

Naša sagovornica ističe i da redovno prate povratne informacije o zadovoljstvu zaposlenih treninzima, kao i rezultate obuke. Prate se i ocene zadovoljstva gostiju i njihovi komentari, na osnovu kojih se takođe kreiraju programi unapređenja kvaliteta usluge. Istovremeno, kompanija MHM kroz različite podsticajne mere stimuliše zaposlene da što efikasnije obavljaju svoj posao.

PREPOZNATI NAJBOLJE I NAGRADITI IH

- Naši saradnici imaju postavljene targete, koji su vrlo realni. Oni znaju šta se od njih očekuje, i svako ko prevaziđe očekivanja, biva nagrađen. Osim finansijskog stimulansa, imamo i ceo paket takozvanih „incentive“ programa za zaposlene – svako odeljenje minimum jednom godišnje odlazi na edukativne izlete, tim bildinge ili edukativna putovanja u zemlji i inostranstvu. Samo ove i prošle godine bili smo u Hrvatskoj, Sloveniji, Italiji, Nemačkoj, Španiji i Mađarskoj. Osim ovih, tu su i razni drugi vidovi animacije za zaposlene i priznavanja uspeha, koje obeležavamo i kojima se zajednički radujemo – kazuje ova menadžerka zadužena za edukaciju i razvoj zaposlenih u Mona hotelima, dodajući da je politika ove kuće takva da se neguje svaki pojedinac, njegova osobenost, talenti i kritičko razmišljanje.



At the beginning of this year, the Mona Hotel Management Company formed a special department in charge of development and education of employees. As we learn from Marija Lekić, the manager of this sector, all employees at Mona hotels - including top management, go through various trainings and education, with the aim of improving the service, achieving better performance and greater customer and employees satisfaction.

- Mi želimo saradnike koji razmišljaju i u stanju su da samostalno donesu kvalitetnu odluku, kako bi prevazišli očekivanja gostiju. Menadžeri se usmeravaju ka tome da prepoznaju talente i ulažu u njihovo napredovanje. Naš tim je prilično mlad – više od polovine naših saradnika mlađe je od 35 godina. Zaposlene i stipendiramo, bilo da studiraju u zemlji ili da pohađaju kurseve u inostranstvu. U ovom trenutku imamo stipendiste na Višoj hotelijerskoj školi, a u toku je konkurs za narednu školsku godinu. Tokom trajanja stipendije, studenti primaju mesečnu finansijsku nadoknadu. Imamo čak i studenta koji pohađa specijalistički program na čuvenom Univerzitetu Kornel u Americi – s ponosom ističe Marija, i nastavlja:

- Tradicionalno lepo sarađujemo sa srednjim i višim školama, čiji učenici i studenti obavljaju stručnu praksu kod nas i stiču mogućnost za zaposlenje. Za zaposlene u Mona hotelima organizujemo časove engleskog jezika, a razvijamo i internu bazu znanja, koja je u elektronskoj formi dostupna svim odeljenjima – otkriva naša sagovornica, dodajući da uskoro kreću sa formalizovanim kros trening programima, imajući u vidu i otvaranje hotela Mona Plaza u Beogradu. Takođe, kompanija MHM je na Zlatiboru formirala i tim koji će biti zadužen za očuvanje društveno odgovornih vrednosti.

B.B.O.



Jedini Festival na temu hotelskih operacija čiji program su odabrali hotelijeri.

www.howfestival.com

Vidimo se 3.-5.10.2018 u
Valamar Isabella Island Resortu

MEDIJSKI POKROVITELJI



Da li ste poslovni METEOROPATA?

Svi smo se nekada susreli sa određenim iskustvima, bilo prijatnim ili neprijatnim u svojim radnim organizacijama, koja su imala veliki uticaj na nas i na neki način oblikovala naše ponašanje i odnose sa kolegama. Stoga neće biti pogrešno ako se donese zaključak da smo mi – zaposleni, deo radne atmosfere i da doprinosimo organizacionoj klimi, čineći je dobrom ili lošom, ohrabrujućom ili obeshrabrujućom, produktivnom ili veoma neproduktivnom.



We all once encountered certain experiences, whether pleasant or unpleasant, in our working organizations that had a great impact on us and in some way shaped our behaviour and relations with colleagues. Therefore, it will not be wrong to say that we – employees are part of the working atmosphere and contribute to the organizational climate, making it good or bad, encouraging or discouraging, productive or very unproductive. A good organizational climate will make a strong organizational culture which in turn will be laid on the foundation of trust, respect, honesty, equality, pleasantness, growth and excellence.

Wikipedia definiše organizacionu klimu kao proces određivanja stepena prisustva „kulture“ u jednoj organizaciji. Čini je skup svojstava jednog radnog okruženja, kakvog ga direktno ili indirektno percipiraju zaposleni i smatra se velikom silom koja utiče na njihovo ponašanje.

Organizaciona klima je nešto što dobijamo ukrštanjem filozofije brenda kompanije sa ukupnim de-

mikrokosmosi velikog univerzuma u kome živimo, a ujedno su i ogledalo ljudi koji borave u tim institucijama.

KOJI FAKTORI OBLIKUJU ORGANIZACIONU KLIMU?

Priroda posla igra ključnu ulogu u definisanju organizacione kulture. Stoga, državne institucije funkcionišu drugačije od privatnih firmi, a isto tako „klasične“, „stare“ profesije poput bolnica, hotela, banaka teže da budu formalnije od relativno novih



lima i akcijama zaposlenih. Dobro ustanovljena organizaciona klima oblikuje ponašanje zaposlenih i utiče na njihov trud.

Kakva će biti organizaciona klima zavisi i od nacionalnosti i osobenosti zaposlenih, te se organizacione kulture u Americi ili Evropi razlikuju od onih u Africi ili Aziji. Organizacije su svojstveni

profesija, kao na primer softverske firme, marketinške agencije, mediji, gde je kultura neformalnija i manje uštogljena. I dok se u modernim kompanijama oblači ležerno svaki dan, direktor oslovljava imenom, ruča za radnim stolom i neformalno časka po hodnicima, takvo ponašanje je strogo zabranjeno u formalnim ustanovama.



LOŠA NASUPROT DOBROJ KLIMI

Jedan od najvećih izazova sa kojima se suočava odeljenje ljudskih resursa je upravljanje organizacionom klimom.

Loša organizaciona klima dovodi do izostajanja sa posla, većeg broja bolovanja, gubitka velikog broja radnih sati i slabe poslovne uspešnosti – individualne i kolektivne... S druge strane, dobra i zdrava organizaciona klima stimuliše, neguje, ohrabruje i vodi do izvrsnog obavljanja posla i poslovnog uspeha.

Vlasnici ulažu milione kako bi osigurali da njihove kompanije dobro funkcionišu kao složena tela i da budu uspešne. Ljudi na svim nivoima, od vizionara i stratega na vrhu, preko developera i menadžera na sredini do onih koji zaista izvršavaju zadate poslove, zajedno rade u istom cilju – ostvarivanju vizija i misija organizacije.

Organizacije treba da razumeju i uzmu u obzir gubitak ogromne količine vremena,

Organizaciona klima stiče svoj oblik i osećaj od energije, akcija, ponašanja, vrednosti, nesigurnosti ili sigurnosti, dinamike, timskog duha, veština vođenja članova tima uključujući i menadžment. Stoga, organizacije mogu biti etičke, temperamentne, diktatorske, prijateljske i tople, manipulišuće, pod političkim uticajem, itd.

Različiti tipovi ličnosti i osobine ljudi jedne organizacije definišu i oblikuju klimu, koja direktno utiče na reputaciju te organizacije – da li ona uspeva da privuče i zadrži dobre talente ili je zapošljavanje, otpuštanje i česta promena poslovnih pozicija stalna praksa; da li je organizacija poznata po najboljim delima i često se uzima za pozitivan primer ili je mesto gde ljudi dolaze radi sticanja kratkoročne dobiti i veoma brzo odlaze u druge organizacije.



energije i novca kada kvalitetan, dobro obučen i efikasan radnik odluči da napusti svoj posao, dok zadržavanje neproduktivnog, negativnog i nedovoljno obučenog kadra takođe sputava poslovan uspeh. Dobra organizaciona klima uzrokuje jaku organizacionu kulturu što će za uzvrat postaviti temelje poverenja, poštovanja, poštenja, jednakosti, prijatnog osećaja, rasta i izvrsnosti.

Priredila: Marija Obradović



HOTEL „FONTANA“ U VRNJAČKOJ BANJI



EVROPSKI STANDARD NOVOG STAROG HOTELA

Hotel „Fontana“ izgrađen je među prvim modernim hotelima visoke kategorije u Vrnjačkoj Banji, 1965. godine. Od ove godine, dugu tradiciju nastavlja u potpuno novom ruhu. Direktori hotela – **Bojan Milošević** i **Đorđe Makuljević**, obojica sa višegodišnjim inostranim iskustvom, istrajni su u nameri da „Fontanu“ pozicioniraju na tržištu kao primarni izbor gostiju koji su u potrazi za opuštanjem, rekreacijom i aktivnim odmorom. Od novih sadržaja u ponudi hotela su multifunkcionalna konferencijska sala od 480 m², zatvoren bazen, fitness centar, rekreativna sala, dečija igraonica, dok se otvaranje wellness & spa centra očekuje u septembru.

Hotel „Fontana“ se po svojoj ponudi izdvaja kvalitetnom uslugom, višedecenijskom tradicijom, fantastičnom lokacijom u centru Vrnjačke Banje i sadržajima koji omogućavaju ispunjenje očekivanja i najzibirljivijih gostiju.

Gostima hotela „Fontana“ na raspolaganju je ukupno 186 smeštajnih jedinica, moderno uređenih soba i apartmana, od kojih je deo prilagođen i osobama sa posebnim potrebama. Preostali deo do 248 smeštajnih jedinica očekuje se do početka naredne godine. Najmlađim posetiocima, osim zatvorenog dečijeg bazena, hotel je obezbedio i dečiju igraonicu sa animatorom, dok za rekreativce u ponudi ima fitness centar i

rekreativnu salu sa stolovima za stoni tenis i elektronski pikado.

Fuzija tradicionalnih specijaliteta i najnovih svetskih trendova predstavlja gastronomsku ponudu „a la carte“ restorana koji poseduje i prelepu baštu za potpuni užitak. Gostima je u ponudi i renovirani pansionski restoran sa 200 mesta, kao i lobi bar u predvorju hotela koji se prostire na 100 m².

Hotel „Fontana“ predstavlja idealno mesto za porodični odmor, za pripremu sportista i njihovu rekreaciju, a poseduje i raznovrsne sadržaje koji su prilagođeni sportistima sa invaliditetom.

M.St.J.

HOTEL FONTANA IN VRNJAČKA BANJA

European standard of a new old hotel

Hotel Fontana was built among the first modern high category hotels in Vrnjačka Banja in 1965. From this year, the long tradition continues in a completely new style. The new facilities in the hotel are a multifunctional conference hall of 480 m², indoor swimming pool, fitness centre, recreational hall, children's playroom, and the opening of the wellness & spa centre is expected in September.

Hotel Fontana offers its guests 186 accommodation units, part of which is adapted for people with special needs. The opening of the remaining part of up to 248 accommodation units is expected by the beginning of next year. In addition to the indoor children's pool, the hotel also has a children's playroom with an animator, while for sport lovers there are a fitness centre and a recreation hall with table tennis and electronic darts.

The fusion of traditional specialties and the latest world trends represents the gastronomic offer of a la carte restaurant that has a beautiful garden for complete enjoyment. Guests are also offered a renovated restaurant with 200 seats, as well as a bar in the hotel lobby, which spans across 100 square meters.

Hotel Fontana is an ideal place for family holidays, for the athletes' preparation and their recreation, and there is also a variety of facilities that are adapted for athletes with disabilities.





ETNO KOMPLEKS
VRDNIČKA KULA

LETO U PRIRODI

- + DOMAĆA KUHINJA
- + ADRENALIN PARK
- + ZIP LINE 1470M
- + WELLNESS & SPA
- + IGRALIŠTE ZA DECU



• www.etnoselo-vk.rs • repcija@etnoselo-vk.rs • +381 22 21 55 271 • Etno restoran: +381 22 21 55 270

BISER FRUŠKE GORE

- WELLNESS & SPA
- AQUA MEDICA
- TERMALNA VODA
- LUX SOBE
- SPORTSKI TERENI



• www.hotelpremieraqua.com • repcija@hotelpremier.rs • +381 22 21 55 333 •

„SLOBODA“ - ŠABAC

HOTEL KOJI GOSTI VOLE!

THE HOTEL THAT GUESTS LOVE!

Luksuzan, prostran, fantastičan i čaroban – reči su kojima na rezervacionom sistemu Booking.com gosti opisuju hotel „Sloboda“ u Šapcu, dajući mu visoku prosečnu ocenu 9,4 od maksimalnih 10! Kako navode u svojim komentarima, najviše im se dopada njegova lokacija – u samom srcu ovog grada, kao i komforne i besprekorno čiste hotelske sobe, ljubazno osoblje, odlična hrana, sjajan spa centar... Ovaj objekat ocenjen je i kao najisplativiji u Šapcu, te gosti ovde dobijaju više za svoj novac. To su prepoznale i brojne kompanije, koje „Slobodu“ biraju za poslovne susrete, organizaciju kongresa, seminara, proslava i tim bildinga.

- Popunjenost smeštajnih kapaciteta hotela „Sloboda“ iznosi 80 odsto, i uglavnom je reč o poslovnim gostima. Uspostavili smo odličnu saradnju sa lokalnim kompanijama, kao što su „Jazaki“, „Tikkurila“, „Mondi“, „Zorka Keramika“ i druge, koje u našem hotelu organizuju različite konferencije i korporativne proslave. S druge strane, „Sloboda“ se na tržištu odlično pozicionirala i po pitanju proslava matura, rođendana i svadbi. Konkretno, u ovoj godini imamo ugovorene čak 24 svadbe, kao i 6 matura, zahvaljujući saradnji sa svim srednjim školama u gradu, a sve više i sa osnovnim, što nije bila praksa prethodnih godina – otkriva **Sanja Janković**, corporate manager grupacije „A hoteli“, u sklopu koje posluje ovaj luksuzni hotel.

Luxurious, spacious, fantastic and magical – these are the words on booking.com that describe hotel Sloboda in Šabac, giving him a high average score of 9.4 out of the maximum 10! According to their comments, guests mostly like its location – in the very heart of this city, as well as comfortable and impeccably clean hotel rooms, friendly staff, excellent food, great spa center... This property is also rated as the most profitable in Šabac, so guests here get true value for their money. This was also recognized by numerous companies, who choose Hotel Sloboda for business meetings, organization of congresses, seminars, celebrations and team buildings.

-The occupancy rate of Hotel Sloboda is 80%, of mostly business guests. We have established excellent cooperation with local companies, such as Yazaki, Tikkurila, Mondy, Zorka Keramika and others, which organize various conferences and corporate celebrations in our hotel. On the other hand, Hotel Sloboda has placed itself on the market well in terms of celebrating high school graduation parties, birthdays and weddings. In particular, this year we have contracted 24 weddings and 6 graduation parties, thanks to cooperation with all high schools in the city, and with a number of primary schools, which was not the case in previous years – says **Sanja Janković**, corporate manager of the A Hotels Group, within which operates this luxury hotel.

Our interlocutor points out that there are more and more individual guests, as well as Šabac residents who love to come with family and friends in some of the three gardens of this hotel, as well as in the lobby bar and pastry shop Vremeplov, or opt for relaxation at the hotel's wellness center.



RAZNOVRNA GASTRONOMSKA PONUDA

Iako je u standardnoj ponudi ovog hotela noćenje sa doručkom, „Sloboda“ kroz različite promotivne pakete individualnim gostima nudi i pansionsku uslugu, baš kao i uslugu punog pansiona grupama poslovnih gostiju, čijim se zahtevima kuhinja restorana rado prilagođava.

Šef kuhinje hotela „Sloboda“ **Zoran Vuković** ističe da je ponuda hrane u hotelskom restoranu uvek raznovrsna, pa se u bife postavci može naći sve - „od plodova mora do klasičnog pečenja“, kako bi se zadovoljio ukus baš svakog gosta.

- Maksimalno se trudimo da izađemo u susret zahtevima naših gostiju, da prepoznamo njihove potrebe, da sve bude lepo aranžirano, bogato, šareno... Kroz kompoziciju salata, glavnih jela, ribe, mesa i dr., gostima prezentujemo domaće i internacionalne specijalitete. Svake sezone inoviramo ponudu dezerta, za koju je zadužen naš kolega Aca Ranković, a standardno najveće interesovanje vlada za čizkejkom, Esterhazi tortom i krempitama – otkriva šef kuhinje hotela „Sloboda“, dok s ponosom ističe da pohvale za gastronomsku ponudu stižu sa svih strana, a one su dodatna motivacija da svaki put iznova prevaziđu i sopstvena očekivanja.

A DIVERSE GASTRONOMIC OFFER

Although the standard offer of this hotel is bed and breakfast, Hotel Sloboda through various promotional packages offers individual guests a half board service and full board service to groups of business guests, whose requirements are gladly satisfied.

The hotel's head chef, **Zoran Vuković** points out that the food offer in the hotel restaurant is always varied, so in the buffet setting everything can be found - „from the seafood to the classic roast meat“, in order to satisfy the taste of every guest.

- We give our best to meet the demands of our guests, to recognize their needs, to make everything beautifully arranged, rich, colourful... Through the composition of salads, main dishes, fish, meat, etc., we present to our guests domestic and international specialties. Every season, we innovate the desserts offer, which our colleague Aca Ranković is responsible for, and guests the most frequent ask for a Cheese cake, Esterhazy cake and Cremeschnitte – says the head chef, while he proudly points out that praises for the gastronomic offer come from all sides, and they are an additional motivation to overcome their own expectations again, every time.

Sanja Janković



Naša sagovornica ističe da je sve više i individualnih gostiju, ali i Šapčana koji sa porodicom i prijateljima rado svraćaju u neku od tri bašte ovog hotela, kao i u lobi bar i poslastičarnicu „Vremeplov“, ili se odlučuju za relaksaciju u hotelskom wellness centru.

- Prošle godine smo inovirali wellness centar i okrenuli se eksternim klijentima, kojima je na raspolaganju i teretana. Zahvaljujući tome, promet wellness centra u odnosu na prethodnu godinu se znatno povećao – ističe naša sagovornica, dodajući da hotel odskora priređuje i različite bankete i zabave na prostranim hotelskim terasama, sa kojih se pruža fantastičan pogled na grad. Tu je, po njenim rečima, moguće organizovati i atraktivne žurke na otvorenom, pena party i druga dešavanja.

- Težimo da gostima i klijentima ponudimo nešto autentično i ne-svakidašnje. U tome veliku ulogu imaju naši zaposleni – svih 85, koji su stub celokupnog poslovanja hotela – tvrdi ova mlada menadžerka, koja smatra da je uspešno poslovanje ovog hotela u Šapcu rezultat dobre poslovne strategije, ali i komunikacije i prijateljskog odnosa sa svim kolegama.

Tekst: **Biljana Bosnić Ognejnović**

Foto: **Siniša Živković**



Zoran Vuković



- Last year we upgraded our wellness centre and turned to external clients, who also have a gym at their disposal. Thanks to that, the use of wellness centre in comparison to the previous year has increased significantly – says our interlocutor, adding that the hotel has also been organizing various banquets and parties on spacious hotel terraces, which offer a fantastic view of the city. There could be, according to her, organized attractive outdoor parties, foam parties and other events.

- We strive to offer guests and clients something authentic and unusual. Our employees play an important role – all 85 of them, who are the pillar of the overall hotel business – claims this young manager, who believes that the successful operation of this hotel in Šabac is the result of a good business strategy, but also communication and friendly relations with all colleagues.

Text: **Biljana Bosnić Ognejnović**

Photo: **Siniša Živković**

HHW oduševio učesnike!

U organizaciji redakcije časopisa „Turistički Svet“ i udruženja „Ambasadori dobre usluge“, 11. i 12. maja 2018. u hotelu „Sloboda“ u Šapcu, uspešno je održan prvi Hotel Housekeeping Workshop na temu „Savremeni proizvodi i usluge u službi hotelskog domaćinstva“.

INOVACIJE I TRENDOVI

Na ovom workshop-u, housekeeping menadžeri iz hotela širom Srbije imali su priliku da se upoznaju sa novim trendovima, proizvodima, uslugama i standardima u oblasti tekstila, uniformi, profesionalne obučne, hotelske kozmetike, higijenskih sredstava, profesionalnog pranja i sušenja veša, ali i da se druže i bolje upoznaju sa svojim kolegama i poslovnim partnerima.

Kroz atraktivne prezentacije, svoj program, proizvode i usluge, kao i novine i trendove u oblasti profesionalne HoReCa opreme,

predstavile su kompanije: „Nenateks Tekstil“ - Šabac, „Lady A“ - Mladenovac, „Covels“ - Novi Sad, kao i „Beotim“, „Alca trgovina“, „Ecolab“, „Albo“ i „MP International“ iz Beograda. Prvi Hotel Housekeeping Workshop podržale su svojim proizvodima i kompanije „Pionir“, „Atlantic Group“ i „PIK Oplenac“.

ATRAKTIVAN PROGRAM

U sklopu workshop-a održan je i „okrugli sto“ koji je izazvao veliku pažnju učesnika. Posle dužeg vremena otvoreno se govorilo o najvećim problemima u hotelskom domaćinstvu. Pravu „Pandorinu kutiju“ otvorili su učesnici „okruglog stola“: **Jelena Šuleić** – GM „A hotela“, **Rade Samčević** – direktor Agencije HT i **Marija Miladinović** – izvršni direktor hotela „Moskva“. Potpuno otvoreno govoreći o svojim iskustvima u tom sektoru, problemima sa kojima su se

suočavali i načinima kako su ih rešavali – dali su ton čitavom događaju.

Da detalji i male promene u enterijeru hotela mogu da ostave veliki utisak na goste učesnicima workshop-a otkrila je **Tamara Štrbac**, dizajner enterijera arhitektonskog biroa „Naš stan“. Zahvaljujući njoj, imali su i ekskluzivnu priliku da prvi „uđu“ u sobe depandansa hotela „Tornik“ na Zlatiboru.

Na opšte oduševljenje učesnika workshop-a, organizatori su priredili i prave „poslastice“, poput izuzetno zanimljivog „stand up predavanja“ glumca **Marka Stojanovića**, pod nazivom „Komunikator - gladijator“, večernjeg „tim bildinga“ na terasi wellness centra hotela „Sloboda“ koji je vodio **Peđa Filipović** – wellness ambasador Srbije i Crne Gore, kao i druženja uz večeru, vino, muziku i salsu pod otvorenim nebom.





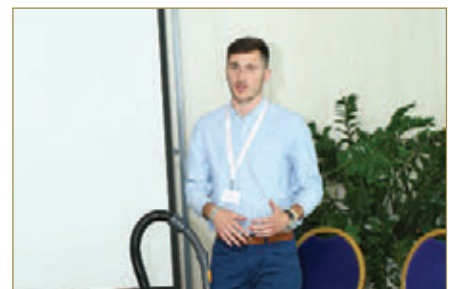
The first Hotel House-keeping Workshop was held on the 11th and 12th of May 2018 at hotel Sloboda in Šabac, organized by the editorial board of the magazine "Turistički Svet" and the Association "Ambassadors of Quality Service" on the topic "Contemporary products and services in the service of the hotel house-keeping". The assessment of the participants for organizers and hosts was unanimous: an A+!

OCENA: ČISTA PETICA!

Pohvale kolega bile su i najveća satisfakcija za domaćine! Oduševljenje hotelom „Sloboda“, sobama, besprekornom čistoćom, izvrsnom hranom i bogatstvom ponude, ali, pre svega, ljubaznošću i predusretljivošću osoblja – od direktorke hotela, menadžera sektora do svakog zaposlenog koji je iskazivao iskrenu brigu da svojim kolegama učini boravak nezaboravnim – bio je najjači utisak koji je uverio organizatore da je prvi Ho-

tel Housekeeping Workshop zaista ispunio svoju misiju. Ocena učesnika za organizatore i domaćine bila je jednoglasno: čista petica! - Ne zna se da li je bila bolja organizacija, teme predavanja, predavači ili gostoprimstvo osoblja hotela „Sloboda“ na čelu sa direktorkom i domaćicom... Na svakom koraku smo se osećali dobrodošlo, kao u svojoj kući. Posebnu zaslugu i zahvalnost dugujemo timu „Turističkog Sveta“ na čelu sa gospođom **Ljiljanom Rebronjom** – da je

nema, trebalo bi je izmisliti! Jer, uz njih se i mi osećamo poštovano – utisci su **Svetlane Zlatić**, domaćice SB „Čigota“ sa Zlatibora. Oduševljenje nije krila ni **Kata Farago**, šef domaćinstva hotela „Galleria“ iz Subotice: - Moji utisci sa workshop-a su fenomenalni. Ceo ambijent je prelep, a učesnici su bili izuzetno prijatno društvo. Dobili smo mnogo korisnih informacija, a pozitivna energija se prosto osećala u vazduhu. Bilo je to divno i poučno iskustvo!



Novine u ponudi za HoReCa sektor



Kompanija ALBO – Zemun: U ponudi je širok asortiman proizvoda iz domena higijene, razvrstanih u nekoliko grupa. Preporučuju: papirnu galanteriju PaperNet, renomirane italijanske kompanije Sofidel Group; dispenzere HyTech tehnologije; rastvorljive ubruse DissolveTech tehnologije, kao i ubruse sa velikom moći upijanja – Dry-Tech tehnologije. Imaju

profesionalna sredstva za čišćenje nemačkog proizvođača Buzil Werk Wagner, koja u osnovi imaju formulu održivosti, a fokus na očuvanju životne sredine. Njihova primena je izuzetno jednostavna a rezultati maksimalni.

Novo: Radne uniforme za ugostiteljstvo i medicinu renomiranog italijanskog proizvođača Giblor's, najpoznatijeg evropskog brenda u uniformama za HoReCa sektor. Prednosti materijala: Tencel® vlakana na bazi

eukaliptusa (50% manje znojenje u odnosu na pamuk), Bionic Finish® (ultimativna vodoodbojnost).



ALCA trgovina - Vileda Professional je jedan od najvećih i najpoznatijih svetskih brendova iz domena profesionalne opreme odnosno alata za čišćenje, koji imaju primenu u zdravstvu, industriji, čistim sobama i HoReCa sek-

toru. Sa više od 60 godina iskustva u poznavanju naših korisnika i njihovih potreba, u prilici smo da im ponudimo rešenja koja će im omogućiti da čiste brže, efikasnije i sa nižim troškovima. Vileda Professional je lider u inovativnosti - verujemo u stvaranje klime konstantnog razvoja i poboljšanja proizvoda, procesa, sistema i ljudskih odnosa, zato možemo da se pohvalimo velikim brojem patenata. Radije razvijamo kompletna rešenja, nego individualne



KVALITET – PRE SVEGA!

Kompanija **Nenatex Textil** uspešno se bavi proizvodnjom i prodajom kućnog i profesionalnog tekstila.

Proizvodi od sertifikovanih materijala, kreirani u skladu sa savremenim trendovima i proizvedeni prema visokim hotelskim standardima, učinili su **Nenatex Textil** prepoznatljivim po hotelskom tekstilnom programu, u kojem su: *protektori, naddušeci, posteljine, jastuci, jorgani, prekrivači, peškiri, zavese, black out...* ukratko – svi tekstilni proizvodi za opremanje hotelskih soba.

Nenatex Textil je i jedan od retkih proizvođača koji u svojoj ponudi ima organski pamuk, damast nemačkog porekla za koji poseduju sertifikat, a svi proizvodi ove kompanije su i nosioci sertifikata ISO 9001.

proizvode, jer omogućavaju lakšu upotrebu i uštedu novca. A ergonomija, funkcionalnost i dizajn su ključne karakteristike naših proizvoda, zbog čega imaju i najbolje rezultate u pogledu efikasnosti i performansi.



BEOTIM d.o.o. ima u ponudi proizvode ADA Cosmetics - najekskluzivnijeg svetskog proizvođača hotelske kozmetike. Nudi najbolja rešenja hotelskih dozatora ili malih pojedinačnih pakovanja najprestižnijih svetskih brendova kao što su: Bvlgari, Chopard, Asprey, Hermes... Jednostavnost upotrebe,

ekskluzivnost, kvalitet i briga o očuvanju životne sredine – glavni su postulati ADE. Više na: www.ada-international.com/en/

COVELS d.o.o.

Covels d.o.o. je ovlašćeni zastupnik distributer kompanije Alliance Laundry Systems LLC, najvećeg svetskog proizvođača profesionalne opreme za pranje, sušenje i peglanje veša, robnih marki Speed Queen® i UniMac®. Kao svetski lider, konstantno ulaže u nove tehnologije i proizvode. Najnovija je revolucionarna **SOFTWASH® XTREME CARE** tehnologija mokrog čišćenja veša (wetclean). Ova tehnologija predstavlja ekološki neštetnu alternativu tradicionalnom hemijskom čišćenju.

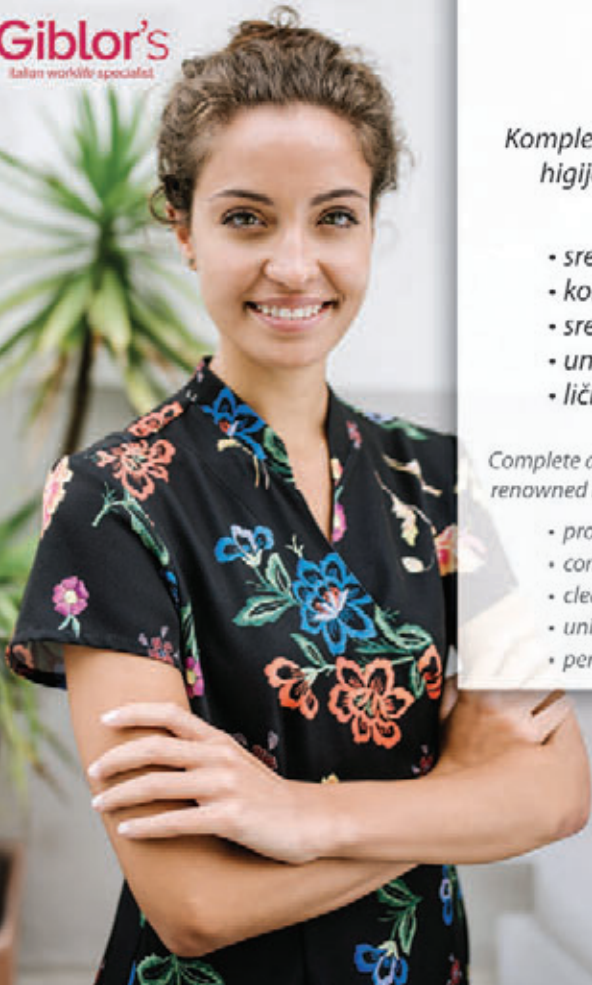
Tako se u opremi koja se koristi za pranje i sušenje veša, korišćenjem najkvalitetnijih, savremenih i biorazgradivih deterdženata može kvalitetno čistiti najosetljivija i najfinija garderoba – vuna, svila i druge osetljive tkanine, kao i pojedini predmeti od kože. Ceo proces može biti završen u roku od sat vremena, do 30% je jeftiniji od tradicionalnih usluga, obezbeđuje radnicima i do 1 i po puta veću produktivnost i potpuno je bezbedan sa aspekta zdravlja i gostiju i zaposlenih.

ECOLAB®

Kompanija ECOLAB raspolaze brojnim inovativnim rešenjima i zajedno sa vrhunskom obukom i opremom, omogu-

ćavaju pouzdano čišćenje i osiguravaju da gosti budu više nego zadovoljni. OASIS PRO linija proizvoda za održavanje higijene u domaćinstvu posebno je formulisana da osoblju obezbedi odgovarajući proizvod za dati zadatak čišćenja. Proizvodi su kodirani bojama i upakovani su u kese od 2 l kojima se pune boce sa prskalicom za višekratnu upotrebu. Zbog jedinstvenog načina doziranja, nema kontakta sa koncentratima. Na taj način se smanjuje ambalažni otpad najmanje 70% u odnosu na tradicionalne veličine pakovanja, a transport za više od 90%. Takođe, potpuno prilagođen komplet opreme za čišćenje hotelskih soba poboljšava efikasnost i korisničko iskustvo, uz brzu promenu

Giblor's
Italian worklife specialist



Milbo®

Kompletna ponuda za profesionalno održavanje higijene renomiranih svetskih proizvođača (3M, Buzil, Papernet...):

- sredstva za profesionalno čišćenje
- kompletan program papirne galanterije
- sredstva za rad - mopovi, krpe...
- uniforme i radna odeća
- lična zaštitna oprema - rukavice, maske...

Complete assortment for professional hygiene maintenance by renowned international manufacturers (3M, Buzil, Papernet...):

- professional cleaning agents
- complete range of sanitary paper products
- cleaning tools - mops, buckets, cloths...
- uniforms and workwear
- personal protective equipment - gloves, masks...

www.albo.biz

Batajnički drum 289, 11080 Zemun
Tel/fax: +381 11 78 70 790
E-mail: info@albo.biz



3M

buzil

Papernet

UČESNICI PRVOG HOTEL HOUSEKEEPING WORKSHOP-A PREDSTAVLJAJU

funkcije i opreme koja se menja na istoj dršci. Oprema je male težine i poseduje mehanizam za lako postavljanje i uklanjanje. Uključuje teleskopsku dršku, držač navlake, mikrofiber navlaku, neabrazivni beli filc i gumeni brisač za prozore.

Lady A tea 

LADY A - radne uniforme za ugostiteljske objekte izrađuje po savremenim standardima. Naglašava se modna linija, a insistira na spoju elegancije i udobnosti. Akcenat je na strukiranim modelima, modelima koji prate liniju tela, modernog dizajna i boja, tako uniforma sve više podseća na modnu garderobu. Cilj je uskladiti kroj, materijal, dizajn, boju sa enterijerom, ali tako da uniforma bude udobna, jer zaposleni provode veći deo dana u uniformi. Lady A celu jednu odevnu kombinaciju zaokružuje sa profesionalnom radnom obućom modernog dizajna, urađenom po najvišim standardima, udobnom i praktičnom za korišćenje.



MP International d.o.o. iz svog programa preporučuje **Taski AERO** liniju - najnoviju generaciju usisivača za hotelske objekte, koji su izuzetno tihi i energetski efikasni. Imaju izuzetnu

moć usisavanja, a kompaktan i moderan dizajn olakšavaju upotrebu i skladištenje i u manjim hotelskim objektima. Drugo, predlažu dozirni sistem **QuattroSelect** za primenu u hotelskom domaćinstvu. Ovaj uređaj jednostavnim priključkom na dovod vode omogućava brzu i jednostavnu pripremu rastvora prema unapred zadatim parametrima, a jednostavnim okretanjem prekidača, korisnik može izabrati željenu funkciju doziranja u bočicu sa raspršivačem za ručnu aplikaciju ili doziranje u kantu za mopiranje ili rezervoar mašine za pranje podova. **Clax linija** obuhvata program tečnih i čvrstih višekomponentnih detergenata i aditiva za sisteme za automatsko doziranje u hotelskim perionicama. Izuzetno široka paleta hemijskih proizvoda omogućava podešavanje programa pranja na višim i nižim temperaturama, u skladu sa vrstom tkanine i tipom zaprljanja. **Clax Magic Stain Wizard** je posebno dizajniran set proizvoda za predtretman svih vrsta fleka na tkaninama pre pranja u mašinama, primenljiv za izuzetno veliki broj zaprljanja koji se standardno javljaju u svakom hotelskom objektu.



Nenateks Textile d.o.o. je za svoje klijente pripremio posteljine od organskog pamuka, koje su novitet u hotelskoj industriji. Pamuk je od početka tretiran na način na koji se dobija organski proizvod. Prednost je što se za materijal dobija serifikat nemačke sertifikacione kuće da je od organskog pamuka, tako da je i sertifikovan proizvod. Serifikat može da se stavi na sajt i na vidna mesta u hotelu, kako bi i gosti znali na kakvoj posteljini spavaju.

Lady A tea 



Kompanija Lady A dizajnira i proizvodi poslovne i radne uniforme po meri svakog klijenta. Njihov krajnji cilj je potpuni kvalitet i prepoznatljivost u svim segmentima – od dizajna, razvoja proizvoda, izbora kvalitetnih materijala, do vrhunske izrade. Nude jedinstvenu slobodu u odabiru materijala, boja i dizajna, kao i kvalitetnu, funkcionalnu, udobnu i savremeno dizajniranu odeću namenjenu svim privrednim granama!

Lady A tea 

*Garancija za
besprekornan izgled!*





Jedinstven baby-friendly hotel.

A unique baby-friendly hotel



DOBRODOŠLI U | WELCOME IN HOTEL JUNIOR

DOBRODOŠLI NA JEDINSTVENU PORODIČNU DESTINACIJU
WELCOME TO A UNIQUE FAMILY DESTINATION

POBEGNITE OD
GRADSKJE
VRUĆINE.

ODMORITE SE
I OPUSTITE
UZ NETAKNUTU
PRIRODU.



ESCAPE FROM
THE CITY
HEAT.

RELAX AND
ENJOY
THE BEAUTY
OF NATURE.



www.juniorhotel.rs

KONTAKTIRAJTE NAS | CONTACT US

HOTEL JUNIOR
37225 Brzeće bb, Hotel Junior
+381 37 82 33 55 | +381 64 88 60 225
info@junior-kopaonik.com

JUNIOR TURISTIČKA AGENCIJA
Bulevar Umetnosti 27, Blok 29, 11070 Novi Beograd
+381 11 21 44 360
agency@junior-kopaonik.com

RADNA SNAGA — GORUĆI PROBLEM

Zaposleni u hotelskom domaćinstvu brinu o besprekornoj higijeni, koja je, uz bezbednost, najvažnija odrednica kvaliteta hotelske usluge. Oni su ti koji pravdaju broj zvezdica hotela, no, bez obzira što je njihov posao odgovoran, težak i fizički zahtevan, njihova struka se najmanje vrednuje, što najočiglednije pokazuju njihove zarade. Zato i ne čudi što je gorući problem gotovo svakog hotelskog domaćinstva u Srbiji – nedostatak kvalitetne radne snage! Tražeći odgovor na pitanje šta su najveći problemi u hotelskom domaćinstvu, anketirali smo neke od uglednih predstavnika struke. I evo šta su odgovorili.



Radomir Samčević

RADOMIR SAMČEVIĆ, direktor Agencije HT – Beograd

- Najčešći problem je nepoštovanje rada hotelskog domaćinstva i nekvalitetan odabir radnika za taj posao. Moram da istaknem da je hotelska domaćica u hotelu podjednako važna kao i menadžer prodaje, šef recepcije, menadžer wellness centra... Možda u nekom delu i više doprinosi imidžu hotela, jer gost može ali i ne mora da uđe u spa centar, ali će primetiti kada nešto u hotelu nije čisto. Ako uzmemo u obzir da su najvažnije odrednice kvaliteta usluge jednog hotela - sigurnost i higijena, to automatski znači da bi zaposleni u hotelskom domaćinstvu trebalo da imaju mnogo veći značaj od onog koji sada uglavnom imaju. U svom poslu, hotelske domaćice se susreću sa marginalizacijom, za njihovu edukaciju najčešće nema finansijskih sredstava, kao ni za sredstva za rad, a zašto ne reći i to da su najmanje plate u hotelijerstvu upravo u domaćinstvu, što ne bi smelo da bude, s obzirom na važnost higijene u hotelu. Jer, kada prvi put dolazi u hotel, gost se za njega odlučuje, najčešće zbog lokacije, ali se tu neće vratiti ukoliko je higijena neadekvatna.

MARIJA MILADINOVIĆ, izvršni direktor hotela „Moskva“ – Beograd*

- Problemi u hotelskom domaćinstvu su brojni: od nezadovoljstva gostiju do povreda na radnom mestu. Naime, sam rad u hotelskom domaćinstvu veoma je fizički zahtevan i naporan, te su i povrede mnogobrojne. Otežavajuće okolnosti su i: premalo vremena za rad, visoka fluktuacija i nedovoljno zaposlenih, problemi sa ograničenim budžetima, problemi sa standardizacijom i nedostatak obuke koju svako domaćinstvo treba da ima. Zato su skupovi poput Hotel Housekeeping Workshop-a u hotelu Sloboda u Šapcu, prilika da se domaćice bolje informišu i saznaju načine za rešavanje tih problema.

GORDANA MAJKSNER, menadžer hotelskog domaćinstva, hotel „Sloboda“ – Šabac

- Profesija hotelske domaćice nije cenjena, a najčešće od higijeničarki čujem pritužbe da se osećaju inferiorno. Jer, ljudi se prema vama odnose na osnovu visine vaše plate, a zna se da higijeničarke imaju najnižu primanja. Uvek razgovaram sa kolegama koji se osećaju potcenjenim i pokušavam da ih ohrabrim. Zaista imam sjajan tim, i mi svako jutro održavamo sastanke u trajanju od 5 do 10 minuta, na kojima se o svemu dogovaramo. Posle toga obilazim domaćice i pomažem im u radu – počev od vešeraja, preko nameštanja kreveta, do aranžiranja cveća. Najveći problem je kada su sobe na preklapanju, pa imamo malo vremena da ih sve sredimo. Kod nas ima dovoljno zaposlenih u domaćinstvu, ali kada gosti izađu iz sobe u 12h, a sledeća grupa treba da uđe u 14h, veliki je izazov postići sve na vreme. Dobra organizacija je lek za takve situacije.

JELENA MILOŠEVIĆ, menadžer hotelskog domaćinstva, hotel „Holiday Inn“ – Beograd

- Najveći problem je ipak nedostatak kvalitetne radne snage, naročito sada kada se u Beogradu otvara sve veći broj hotela. Obično se suočavamo s tim da moramo da ih obučavamo od samog početka i to je najveći izazov. Sve ostalo se, uglavnom, svodi na saradnju sa praonicom veša i dobavljačima, koja je danas znatno lakša nego pre deset godina kada je naš hotel otvoren, jer je mnogo veći izbor proizvoda i usluga.

SANJA JOVIĆ, menadžer hotelskog domaćinstva, hotel „Mama Shelter“ – Beograd

Rekla bih da ne postoje problemi, već pre izazovi sa kojima moramo da se nosimo. Naš zadatak je da spojimo zadovoljstvo gosta i kvalitet usluge, a da u isto vreme zadovoljimo menadžere i vlasnike hotela, i da pritom ne premašimo budžet. Ukratko, da gostu pružimo „extraordinary“ uslugu i iskustvo uz „low budget“. Pritom, vodimo računa o hemiji i ostalim narudžbinama – kada će da stignu, o posteljini –



Marija Miladinović

* Tokom pripreme broja, Marija Miladinović je prešla na novu funkciju.



Gordana Majksner

koliko brzo i kvalitetno će da se opere, vrati i prebroji, itd. Takođe, uvek je izazov kako se nositi sa gostom kada nešto nestane iz sobe, počevši od minibara, pa do peškira, posteljine, jastuka itd. Konkretno, u našem hotelu, koji je neobično opremljen, imamo neke zanimljive maske i čaše raznih boja, koje lako i često nestaju iz soba, a o kojima mi vodimo računa. Moramo da znamo kako prići gostu i saopštiti mu da je to nestalo iz njegove sobe, a da ne ispadne da ga optužujemo za krađu ili da je sobarica zaboravila da to stavi u sobu.

LIDIJA MARINKOVIĆ, executive housekeeper, IN Hotel – Beograd

- Posle više od 25 godina rada u hotelskom domaćinstvu, tvrdim da ne postoje problemi, nego zadaci koji su rešivi. Ti zadaci su: komunikacija, obuka i motivacija. Kad se ta tri segmenta poklope, milina je raditi. Onda nema problema. Samo postoje zadaci, volja za njihovim rešavanjem i velika kreativnost.



Lidija Marinković

ADRIANA DOKMANOVIĆ, menadžer hotelskog domaćinstva, hotel „Saint Ten“ – Beograd

- Trenutno se svi u hotelskom domaćinstvu suočavamo sa ozbiljnim nedostatkom radne snage, koju treba edukovati na licu mesta, jer je svaki hotel priča za sebe i svako ko počne da radi treba da usvoji nova pravila one kuće u koju je došao. I naravno, nevezano za to koje kategorije je hotel, uvek nam je najveći izazov da ispunimo očekivanja gosta – da odgovorimo na sve izazove tržišta i da odbranimo svoje zvezdice i cenu sobe.

NADA MILOŠEVIĆ, pomoćnik direktora SB Čigota® – Zlatibor

- Posao hotelske domaćice obavljala sam 25 godina. Jedan od gotovo standardnih problema je rad sa needukovanom radnom snagom. Taman nekoga naučite da obavlja taj posao, a on ode na neko bolje radno mesto. I onda krenete iznova... Drugi problem bila su neadekvatna sredstva za čišćenje. Jedno vreme smo bukvalno „bogojavljenskom vodicom“ održavali higijenu u objektu, jer je zbog ograničenog budžeta, prilikom nabavke najvažnija bila cena sredstava za čišćenje, a ne njihov kvalitet. Radili smo sa onim što smo imali na raspolaganju i, kao svaka žena u domaćinstvu, snalazili se i improvizovali više nego što smo svesni da znamo i možemo, da bismo ostvarili bolje rezultate. Srećom, takva praksa se danas menja, baš kao i stav o važnosti hotelskog domaćinstva. Jednostavno, shvatite da ne možete bez toga, da je zapravo najvažnije u hotelu da domaćinstvo stvara jedan fini ugođaj i dobar ambijent od koga zavisi da li će gosti biti zadovoljni ili ne. Naravno, cena je ta koja to diktira i svako za ono što je platio očekuje određeni nivo usluge. Na sreću, menadžeri sve više shvataju da je najskuplja prazna soba. Ali, ako je ta soba na adekvatan način opremljena, i ako se na adekvatan način održava, tek tada se postiže pravi efekat.



Adriana Dokmanović



Jelena Milošević




Sanja Jović

Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Siniša Živković



Nada Milošević

 Employees in a hotel housekeeping department are responsible for impeccable hygiene, which, besides safety, is the most important for guests during their stay in a hotel. Housekeepers justify the number of hotel's stars, and regardless of the fact that their work is highly responsible, difficult and physically demanding, their profession is least valued and they have the lowest wages. It is therefore not surprising that, as our research has confirmed, one of the burning problems of the hotel's housekeeping departments in Serbia is the lack of quality employees.

PONOSNI NOSILAC TROSTRUKOG PRIZNANJA



*JEDINO U ŠTA SAM SASVIM SIGURNA
JE DA JE HOTELIJERSTVO NEŠTO
ČEMU ĆU BITI POSVEĆENA
DO KRAJA ŽIVOTA.*

Jednom godišnje, kompanija Marriott International, koja raste već 90 godina, dodeljuje nagrade za najbolje hotelske timove i njihove članove, koji su izuzetnim rezultatima u obavljanju svog posla dali snažan impuls jačanju ovog globalnog hotelskog brenda i njegove konkurentske prednosti na tržištu. Da do takvog priznanja, koje motiviše i zaposlene čini ponosnim pripadnicima svoje profesije i kompanije, nije lako doći, najbolje govori podatak da u ovom trenutku Marriott ima 30 brendova u okviru kojih je čak 6.500 hotela sa 700.000 zaposlenih u 127 zemalja! U tako jakoj konkurenciji, hotelu **Courtyard Belgrade City Center**, pripalo je čak nekoliko priznanja. **Nadine Pleimes**, housekeeping manager, proglašena je za najbolju u više kategorija: Operations Manager of the year, EDGE Back of the House Manager Selected Brands Europe 2017 i EDGE Back of the House Manager Selected Brand Global 2017. **Nenad Jovanović**, šef kuhinje, dobio je prestižno priznanje „The Europe Winner for Select - International Brands for the ACE Executive Chef (Award of Culinary Excellence) Award, a svi zaposleni zaslužni su za još dva priznanja za hotel: „Platinum Circle Award 2017“ - kao jedan od Top 5 Courtyard hotela u svetu rangiranih prema ukupnim rezultatima, i “Elite Appreciation 2017” - kao jedan od Top 4 Courtyard hotela koji je priznat od članova Marriott Reward lojaliti programa. Ova priznanja dobitnicima će biti uručena u septembru u Vašingtonu. Ali, kako verujem da ste i vi radoznali da saznate više o dobitnicima, evo već sada priče sa Nadin Pleimes, koja je još uvek, kaže, pomalo zbu-njena ali, pre svega, veoma ponosna!

Iako je svoju karijeru započela ne tako davne 2009. godine, **Nadine Pleimes**, housekeeping menadžer hotela Courtyard Belgrade City Center, uspjela je da uđe u sam vrh najuspešnijih menadžera kompanije Marriott International, u okviru koje danas posluje 6.500 hotela pod 30 brendova! Osvojila je čak tri priznanja za 2017. godinu, što je očigledan dokaz šta se može postići kada shvatite da je posao koji radite upravo ono što je vaš životni poziv.

- Svoju karijeru u hotelijerstvu započela sam 2009. kao pripravnik u jednom boutique hotelu, s pet zvezdica, u Nemačkoj. Za tri godine imala sam priliku da radim u svim hotelskim odeljenjima i shvatila da je upravo to posao kojim želim da se bavim u budućnosti. Diplomirala sam na Visokoj hotelijerskoj školi, a onda se preselila u Srbiju i počela da radim kao supervizor u hotelskom domaćinstvu – priseća se Nadin i dodaje: - Opredelila sam se za hotelijerstvo, jer sam



NIKAD NE TREBA ODUSTATI OD SVOJIH CILJEVA. PRE ILI KASNIJE, ISPLATI SE SVO ULOŽENO VREME, SVAKI PREKOVREMENI SAT, SVAKI PROVEDENI VIKEND ILI PRAZNIK NA POSLU!

želela posao koji je raznovrstan, koji nije rutinski i koji me neće zarobiti ceo dan u kancelariji, posao u kojem će biti od koristi moje znanje četiri jezika (engleskog, francuskog, nemačkog i španskog), uz moj maternji srpski jezik. Domaćinstvo mi se dopalo još kao pripravnici. Imala sam sjajnu mentoriku, zahvaljujući kojoj sam zavolela ovaj posao.

Radoznala sam: da li postoji nešto što će zauvek pamtit, a ona kaže da ima dosta toga što je vredno pamćenja.

- Ali nešto na šta sam posebno ponosna i čega se rado sećam, mada je to i jedan od najlepših i istovremeno najtežih perioda u mojoj dosadašnjoj karijeri, je otvaranje ovog hotela – priznaje Nadin. – Ipak, kada nakon toliko dana danonoćnog rada vidite gotov proizvod u kome ste učestvovali, budete ponosni. Moram da priznam da sam, upravo radeći na otvaranju hotela, osetila kako se razvijam i kao profesionalac i kao ličnost.

Trostruko priznanje koje je upravo dobila od kompanije Marriott International, dokaz je da se sve što se uloži u kompaniju zaista i vrednuje. Pitam je šta misli zašto je baš ona dobila ovako kompleksno priznanje, a ona kaže:

- U Marriottu ima mnogo kvalitetnih ljudi širom sveta, jer kompanija mnogo ulaže u mlade talente i trudi se da unapredi njihov

rad. Šta mene izdvaja od njih – ne znam. Možda baš pristup i komunikacija koju imam sa svojim mladim i ambicioznim timom, koji je sasvim sigurno ovu nagradu zaslužio kao i ja. Trudim se da sa svima imam fer i korektan, prvenstveno ljudski odnos i u tome uspevam, jer su i moji saradnici dobri, iskreni ljudi, koji gaje uzajamno poštovanje. Nisam od lidera koji kažnjavaju ili razgovaraju neprimerenim tonom sa svojim zaposlenima, ali sam za to da mora da postoji disciplina i da se pravila poštuju.

Kako je biti proglašen za najboljeg u svojoj kategoriji, pitam, a ona odgovara da je osećaj neopisiv i nestvaran, uz puno ponosa što je za relativno kratko vreme uspjela da izgradi sebi put kojim nastavlja da gradi karijeru.

- Bez dileme, uvek treba ulagati u sebe. Nikada čovek ne može dovoljno da nauči. Planirala sam da svakako nastavim školovanje, ali malo kasnije. Na sreću, u hotelijerstvu nisu važne samo diplome, već se zaista ceni rad i trud, a posebno način na koji razmišljate, kako komunicirate sa zaposlenima i gostima, imate li njihovo poštovanje... Moj cilj je da čitavog života unapređujem svoje znanje, da rastem u svojoj profesiji... Jedino u šta sam sasvim sigurna je da je hotelijerstvo nešto čemu ću biti posvećena do kraja života.

Ljiljana Rebronja



Once a year, Marriott International, which has been growing for over 90 years, has been awarding the best hotel teams and its members, who with exceptional results in doing their job have given a strong impetus to the strengthening of this global hotel brand and its competitive position on the market. That it is not easy to receive such a recognition, that motivates employees and make them proud members of the profession and the company, shows the fact that at this moment Marriott has 30 brands, with 6,500 hotels and 700,000 employees in 127 countries! In such a strong competition, hotel **Courtyard Belgrade City Center**, received several awards. **Nadine Pleimes**, housekeeping manager, was named best in several categories: Operations Manager of the year, EDGE Back of the House Manager Selected Brands Europe 2017 and EDGE Back of the House Manager Selected Brand Global 2017. **Nenad Jovanović**, the chef, received prestigious award „The Europe Winner for Select - International Brands for the ACE Executive Chef (Award of Culinary Excellence) Award, and all employees are credited with two more awards for the hotel: „Platinum Circle Award 2017“ – as one of the Top 5 Courtyard hotels in the world ranked by overall results, and “Elite Appreciation 2017”- as one of the Top 4 Courtyard hotels that are recognized by members of the Marriott Reward loyalty program. These awards will be presented in September in Washington. But, as I believe that you are as curious as I am to learn more about the winners here is the interview with Nadin Plaines, who is still, a bit confused but, above all, very proud!

IZVOR ZADOVOLJSTVA

Posle godinu dana rada na kompletnom renoviranju, početkom aprila 2018. godine u Vrnjačkoj Banji otvoren je hotel „Slatina“ sa 4 zvezdice. Kako ističe menadžer hotela **Đorđe Trmčić**, ovaj objekat je idealan za porodični odmor – mala deca mogu da uživaju u velikoj igraonici, dok su im roditelji u lobi baru, a u dvorištu je i dečije igralište sa adekvatnim mobilijarom.

Hotel ima konferencijsku salu sa savremenim pratećim sadržajima za 70 osoba, a sadrži i 24 smeštajne jedinice koje su veoma komforne, od 35 do 45 kvadrata, i to: tri apartmana, tri luks sobe sa đakuzi kadom i 18 standardnih i superior soba.

Restoran „a la carte“ kapaciteta do 100 mesta nudi kulinarske specijalitete poput ćuretine u belom vinu, ili potaža od šargarepe i narandže... Hotel ima i wellness centar sa zatvorenim bazenom sa slanom vodom, slanu sobu, dve sobe za masažu, đakuzi kadu za četiri osobe, saunu, infra-crvenu saunu, parno kupatilo, tepidarijum, kneip klupe, kao i mali fitness centar.

- Otvorili smo hotel koji goste asocira na odmor i uživanje, te je naš moto „Hotel Slatina – izvor zadovoljstva“ – poručuje menadžer ovog hotela, koji je za par meseci poslovanja, osim domaćih turista, ugostio i brojne inostrane goste iz Bugarske, Hrvatske, BiH, Slovenije, Nemačke, Rusije, Kine, Indije, Amerike...

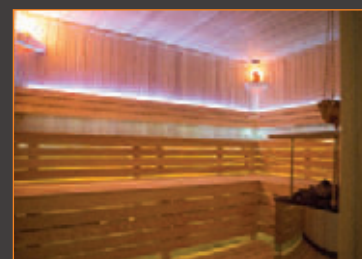
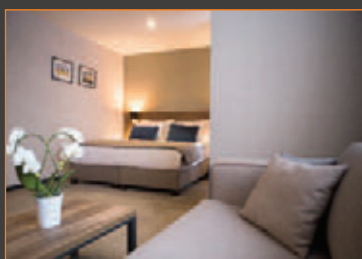


THE SPRING OF SATISFACTION

After a year of work on a complete renovation, at the beginning of April 2018 in Vrnjačka Banja was opened hotel "Slatina" with 4 stars. As the hotel manager Đorđe Trmčić points out, this hotel is ideal for a family vacation – small children can enjoy a large playroom, while their parents are in the lobby bar, and in the courtyard there is also a children's playground with adequate equipment.

The hotel has a conference room with modern support facilities for 70 people, and it also has 24 accommodation units that are very comfortable, from 35 to 45 square meters: three apartments, three lux rooms with Jacuzzi tub and 18 standard and superior rooms.

A la carte restaurant with up to 100 seats offers culinary specialties such as turkey in white wine, carrot and orange pottage and more. The hotel also has a wellness centre with an indoor swimming pool with salt water, salt room, two massage rooms, Jacuzzi for four people, sauna, infra-red sauna, steam bath, tepidarium, Kneipp benches, and a small fitness centre.




KRALJEVI
ČARDACI
KOPA SPA ONIK


*U Čardacima
su deca uvek
rado viđeni
gosti!*



APART HOTEL MUJEN LUX NA KOPAONIKU:

Druženje na „krovu Srbije“



Apart hotel MujEn Lux na Kopaoniku ugostio je krajem maja ekipu od oko dvadeset srpskih novinara, koji su imali priliku da dva dana uživaju u kompletnoj ponudi ovog hotela, družeći se sa Gocom Tržan i provodeći slobodno vreme u hotelskom wellness & spa centru, prepustivši se veštim rukama kiroprakičara **Aleksandra Popovića**.

HARMONY BY MUJEN

Domaćin novinarskoj ekipi bila je **Jasmina Pavlović**, PR & marketing menadžer hotelskog kompleksa MujEn, koja je goste upoznala sa kapacitetima ovog hotela sa četiri zvezdice. Ona je tom prilikom otkrila i da ova kompanija, na svega 50 metara od MujEn Lux-a, gradi nove smeštajne kapacitete – Harmony by MujEn.

- Reč je o dodatnih 30 apartmana, kvadrature od 24-60 m², koji će prve goste primiti tokom zimske sezone 2019/2020. godine. Na raspolaganju će im biti kompletan sadržaj podređen za uživanje – restoran sa domaćom nacionalnom i internacionalnom kuhinjom, wellness & spa centar, kao i dečija zona, a sve po uzoru na MujEn Lux – istakla je Pavlović.

Ona je podsetila da su, kao i do sada, kućni ljubimci dobrodošli, te će određeni broj novih apartmana nositi oznaku *pet friendly*.

- Zahvaljujući velikom interesovanju za koncept prodaje i izdavanja apartmana kroz koje njihovi vlasnici imaju mogućnost da povrate svoju investiciju za najviše 14 godina, MujEn d.o.o. planira da se i u narednom periodu posveti izgradnji novih objekata – poručila je Jasmina.

HEDONIZAM U RESTORANU I SPA CENTRU

Tokom boravka u hotelu, gosti su u orijentalno uređenom restoranu uživali u novopazarskim, ali i internacionalnim specijalitetima, a u večernjim satima i u vinima i penušavcu vinarije Kovačević. Posebno iznenađenje priredila je pevačica Goca Tržan, kada je obukla kecelju, ušla u kuhinju, „zasukala rukave“ i „bacila“ se u pripremu burgera, koji su oduševili sve prisutne. Da je uspešno položila „kuvarski ispit“ potvrđuje i podatak da se „Gocini burgeri“ od juna nalaze na meniju apart hotela MujEn Lux!

Nakon degustacije Gocinog specijaliteta, slobodno vreme bilo je namenjeno uživanju u spa centru, gde su novinari mogli da se opuste u bazenu, čakuziju, saunama, parnom kupatilu, slanoj sobi, odmaraju na tepidarijumu ili se podvrgnu fish spa tretmanu. A oni najsrećniji prepustili su se tretmanima čuvenog



Druženje sa stručnjacima za društvene mreže



Jasmina Pavlović i Goca Tržan na kuvarskom zadatku



Novinarska ekipa na Kopaoniku

APART HOTEL MUJEN LUX NA KOPAONIKU



Mujen Harmony



Hotelski restoran



Jedan od apartmana MujEn Lux-a



Bazen u wellness centru

HARMONY BY MUJEN

MujEn Company builds new accommodation facilities on Kopaonik. Just 50 meters from MujEn Lux hotel, there will be a new facility Harmony by MujEn – additional 30 apartments of 24-60 square meters, which will be ready for new guests during the winter season 2019/2020.

At the guests disposal there will be a complete content made for enjoyment – restaurant with national and international cuisine, wellness & spa center, as well as children's zone, all based on the model of MujEn Lux.

Pets are welcome to this facility, and a number of new apartments will carry the mark pet friendly.

Thanks to the great interest in the concept of selling and renting apartments through which their owners have the opportunity to repay their investment for a maximum of 14 years, MujEn plans to build new facilities in the upcoming period.

kiropraktičara Aleksandra Popovića, koji je predstavnicima „sedme sile“ otkrio kako da, i pored negativnih uticaja savremenog životnog tempa, očuvaju zdravlje kičme.

SKIJANJE USRED LETA

Gosti MujEn Lux-a imali su priliku i da se provozaju žičarom do Pančićevo vrha, uživajući u panoramskom razgledanju Kopaonika. Od **Darka Jovanovića**, rukovodioca tehničkog sektora JP Skijališta Srbije, saznali su da će tokom leta posetio Kopaonika takođe moći da dožive panoramsko razgledanje žičarom Pančić, ali i da isprobaju bob na šinama, zip-lajn, tjubing, voze kartove i kvadove, kao i elektronske bicikle koji su od ovog leta premijerno u ponudi.

Nove atrakcije, po rečima Jovanovića, ovog leta biće i veštačka stena na Kopaoniku i veštačka staza za skijanje na lokaciji Krst. Kako je naveo, skijanje će se odvijati na nekih 780 metara i koristiće se četvorosedna žičara.

Dodao je i da će Kopaonik zimsku sezonu dočekati sa ski liftom na Marinim vodama, osvetljenom ski stazom na lokaciji Pančić, kao i novim ski stazama, a biće nastavljena započeta gradnja garaže i helidroma na ovoj popularnoj planini.

LAJK ZA KRAJ!

Druženje na „krovu Srbije“ završeno je kafenisanjem u hladovini bašte hotela MujEn Lux, gde su stručnjak za društvene mreže **Milan Maglov** i blogerka **Ines Klara** sa novinarima podelili tajne Fejsbuka i Instagrama, otkrivši im kako da sadržaj koji postavljaju na društvene mreže bude zanimljiv i privlačan što većem broju pratilaca. Ne sumnjamo da su, posle ovakve lekcije, fotografije i utisci novinara sa ovog putovanja osvojili više lajkova i bolju vidljivost na društvenim mrežama.

Tekst: Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Dario Konstantinović

UPUTSTVO ZA UPOTREBU društvenih mreža

Poznati stručnjak za društvene mreže – Milan Maglov, čitaocima „Turističkog Sveta“ otkriva kako efikasno da promovišu svoj biznis na društvenim mrežama: kakav sadržaj da postavljaju i koliko često, kako bi pridobili što više lajkova i pratilaca, pa samim tim i – više korisnika njihovih proizvoda i usluga.



Studirao je marketing, a znanje iz ove oblasti unapređivao je radeći u marketinškim agencijama, gde je, kroz saradnju sa velikim i značajnim brendovima, stekao značajno iskustvo. Pažnju javnosti na sebe je skrenuo FB stranicom „Dnevna doza kreativnosti“, a već duže od četiri godine radi samostalno, pružajući usluge mnogobrojnim firmama u oblasti marketinga na društvenim mrežama. Osim toga, **Milan Maglov** na radionicama širom regiona edukuje sve one koji žele da nauče više o tome kako da se sami promoviraju na Fejsbuku i Instagramu.

Imajući u vidu Milanovo bogato iskustvo u advertajzingu, pitali smo ga u čemu je, po njegovom mišljenju, najveća razlika između klasičnog marketinga i promocije na društvenim mrežama.

- Pre svega, ogromna je razlika u ceni i u tome što većina tradicionalnih medija nije dostupna manjim biznisima. Na društvenim mrežama može da se promovise i neko ko ima vrlo mali budžet, pa čak i ako ga nema. Druga važna stvar tiče se targetiranja naše ciljne grupe. Na društvenim mrežama možemo zaista precizno da targetiramo nekog lokacijski, po

polu, interesovanjima, što daje veoma dobre rezultate. Ne mislim da će tradicionalni mediji, kao što je televizija, biti ugroženi, jer će uvek biti velikih kompanija koje to mogu da priušte, ali novi mediji daju mogućnost manjim i srednjim biznisima da lakše dođu do ljudi i to je njihova glavna prednost.

FOTOGRAFIJE PRODAJU PRIČU

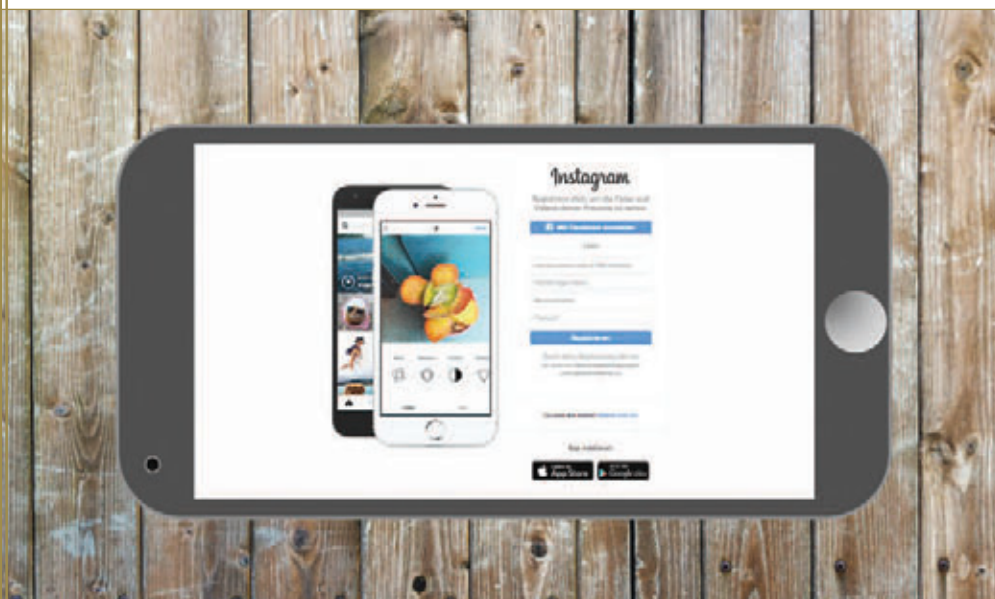
• *Koji je vaš savet hotelijerima i generalno ugostiteljima – kako na najbolji način da koriste društvene mreže za predstavljanje i promociju svog objekta, usluge i proizvoda? Koje društvene mreže bi bile njihov najbolji izbor i da li je neophodno angažovati profesionalne agencije i community menadžere ili zaposleni mogu sami da kreiraju i objavljuju postove?*

- Društvene mreže u ugostiteljskom segmentu su nešto što se trenutno podrazumeva. I mnogi su to shvatili, ali nažalost ima i onih koji to još uvek zanemaruju. Prosečna osoba, sem web sajta i platformi koje se koriste za booking, najčešće pogleda društvene mreže određenog hotela ili ugostiteljskog objekta pre nego što odluči da svoje poverenje da baš njima. Taj „backstage“ momenat i nešto što su možda i drugi stavili od fotografija na društvene mreže, može veoma biti od koristi za veći broj poseta i popularnost nekog hotela ili ugostiteljskog objekta. Pored Fejsbuka, sada se definitivno za ovu vrstu biznisa preporučuje Instagram.

Bilo da angažuju agenciju, freelancera ili zaduže za to nekog iz svog marketing odeljenja, samo je bitno da to urade. Naravno, važan je i način kojim se time bave, redovnost u postavljanju sadržaja, ton komunikacije, adekvatne fotografije... Ne mislim da je pametno da nekog ko nije stručan zaduže za društvene mreže, jer to može imati kontraefekat.

• *Koje su najčešće greške koje se prave prilikom postavljanja objava na Fejsbuku i Instagramu?*

- Za ovakav tip biznisa veoma su bitne fotografije koje prodaju celu priču. One ne treba da budu suviše „upeglane“, nerealne, niti amaterske. Tu se najčešće prave greške. Adekvatna fotografija, prikazivanje različitih delova nekog objekta, u kombinaciji sa video snimcima, može učiniti sjajne stvari za promociju.





REDOVNE I KVALITETNE OBJAVE

• *Koliko često treba postaviti i koliko je važno da lepu fotografiju prati i neki zanimljiv tekst? Da li objavljivati na srpskom i / ili engleskom jeziku?*

- Veoma je bitan kontinuitet. Jednom dnevno ili po jedna objava svakog drugog dana, bilo bi najadekvatnije. U zavisnosti ko nam je ciljna grupa, koristimo određeni jezik kojim se obraćamo. Ukoliko nam je internacionalna publika najbitnija, logično bi bilo komunicirati na engleskom, ali potpuno je u redu dodati i opis na srpskom jeziku. Komunikacija koja ide uz fotografiju je veoma važna. Neko može da oseti na koji način se ophodite prema vašim gostima i po tonu komunikacije na društvenim mrežama.

• *Da li je, osim kreativnosti i smisla za estetiku, za kvalitetnu objavu potrebno imati profesionalni foto aparat i znanje iz oblasti grafičkog dizajna, ili sve to može da se obavi mobilnim telefonom?*

- Pogrešno bi bilo misliti da je za ozbiljno predstavljanje dovoljan samo mobilni telefon. Naravno, kako je tehnologija napredovala, sada i mobilnim telefonom možemo napraviti ponekad sjajnu fotografiju, ali kada ulažete u svoj objekat, enterijer, osoblje, bilo bi dobro da poverite profesionalcima da to predstave na najbolji mogući način.



A well-known social media expert, Milan Maglov, discovers the readers of the "Turistički Svet" how to be effective when promoting business on social networks: what kind of content should be published and how often, in order to gain as many likes and supporters as possible, and therefore – more users of products and services.

• *Neretko se dešava da, i pored kvalitetnih objava, ne uspevamo da sakupimo veći broj lajkova i pratilaca. Kako zaintrigirati i privući što više fanova i koliko ulogu u svemu tome imaju tagovi?*

- Celokupnu strategiju nije lako opisati u nekoliko rečenica. Postoje različiti načini kako privući pažnju ljudi, a naravno, među njima je i plaćeno reklamiranje. Kada govorimo o tagovima, oni nemaju više presudnu ulogu, ali definitivno nekoliko tagova ne može da škodi, posebno kada smo usmereni i na internacionalnu publiku. Veoma je značajno i motivisati posetioce da oni podele svoje fotografije iz hotela ili ugostiteljskog objekta i taguju vas. Hoteli se danas trude da budu „Instagram friendly“ tako što pripremaju svojim gostima sitnice i delove enterijera koji su idealni za fotografisanje i deljenje na društvenim mrežama.

KO NE POSTUJE, TAJ NE POSTOJI

• *Koja je funkcija Instagram i FB Story-ja i kako ga najbolje iskoristiti u promo svrhe?*

- Ova opcija upravo predstavlja taj „backstage momenat“ gde neko, pored fotografija za koje često ljudi nisu sigurni koliko su realne, može da vidi i pravu sliku i atmosferu kroz kratke video snimke. Ukoliko se iskoristi na pravi način, story može biti od ogromne važnosti.

• *Kakva je, po vašem mišljenju, budućnost društvenih mreža i oglašavanja na njima?*

- Još veći broj biznisa će uvideti potrebu da budu prisutni na društvenim mrežama i veoma je važno, posebno kod hotelijera, da ne gledaju na to kao na sredstvo kojim će odmah postići prodaju, već kao sastavni deo svoje prezentacije i nešto što može sjajno da utiče na to da ljudi lakše odluče da izaberu baš njih. Važno je na svojim prezentacijama isticati postojanje društvenih mreža i pozvati ljude da ih pogledaju. Kao što svakog dana brinu o čistoći, o ljubaznosti, o tome da u svom hotelu imaju sveže cveće, tako je važno da brinu o tome kako se predstavljaju na društvenim mrežama. Jer, u budućnosti će oni koji to ne uviđaju biti „pregaženi“ od strane onih koji sada pažljivo osmišljavaju svaku objavu i grade odnos sa publikom na društvenim mrežama na pravi način.

Biljana Bosnić Ognjenović

SMICALICA ili ČASNA NAMERA?



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

Ako prodajete nešto za šta znate da nema vrednost tražene cene ili da neće biti korisno osobi kojoj ga prodajete, da li je vaša prodaja Smicalica ili Časna namera? Ako prodajete nešto za šta znate da bi osobi kojoj prodajete unapredilo i olakšalo život, da je vredno, da je prošlo provere i testiranja o kojima imate sigurne potvrde, da li je ta vaša prodaja Smicalica ili Časna namera? Prodaja može biti i smicalica i časna namera. Zависи od onog ko prodaje.

Od kad je sveta i veka ljudi se bave prodajom. Ne govorim o trgovini kao posebnoj delatnosti, koja svojim posredovanjem organizuje razmenu robe između proizvodnje i potrošnje, mada je i ona jedna od najstarijih privrednih grana. Govorim o prodaji kao odnosu između dve osobe. Govorim o prodaji u najširem smislu te reči, kao o odnosu gde jedna osoba nešto prodaje drugoj i za to očekuje da joj ta druga osoba plati. Plaćanje ne mora uvek da bude u novcu. I dalje je vrlo raširena naturalna razmena ili razmena usluga.

Na Wikipediji sam pronašla sledeću definiciju: „Svrha prodaje je da proda proizvode i/ili usluge po što većoj ceni uz što niže troškove“. Zanimljiva definicija koja otvara značajan prostor za razmišljanje.

Ako prodajete nešto za šta znate da nema vrednost tražene cene ili znate da neće biti korisno osobi kojoj ga prodajete ili znate da ima nedostatke koji će se uskoro pojaviti, da li je ta vaša prodaja Smicalica ili Časna namera?

Ako prodajete nešto za šta znate da bi osobi kojoj prodajete unapredilo i olakšalo život, da

*PRODAJA MOŽE BITI I SMICALICA
I ČASNA NAMERA.
ZAVISI OD ONOG KO PRODAJE.*

je vredno, da je prošlo provere i testiranja o kojima imate sigurne potvrde i da ga i sami koristite, da li je ta vaša prodaja Smicalica ili Časna namera?

NAMERNA ILI NEMAR?

Zamislite proizvođača mesa koji zna da mu je meso zaraženo i na neki način uspe da ga proda određenim restoranima ili, još gore, vrtićima. Kuvar koji sprema meso, sprema ga kao da je zdravo, jer on nema tu informaciju. Konobar koji donosi jelo na sto gostu, donosi ga kao da je zdravo, jer ni on nema tu informaciju. Gost ga pojede kao da je zdravo i plati ga kao da je zdravo, jer ni on nema tu informaciju. Svi prodavci u lancu su zaradili: proizvođač hrane, vlasnik restorana, kuvar i konobar su primili platu. Gost-kupac je pošteno platio i „završio“ u bolnici, finansijski i zdravstveno oštećen. Ko je žrtva, očigledno je. Vlasnik restorana, kuvar i konobar su imali časne namere. Proizvođač mesa je zaradio smicalicom. To govori da





If you sell something for which you know it does not have the value of the required price or it will not be useful to the person you sell it, is your sale a Fraud or an Honorable Intention? If you sell something that you know will make buyer's life better and easier, if it's worth the price and if tests and certificates are passed, is your sales a Fraud or an Honorable Intention? Selling can be both a fraud and an honorable intention – it depends on the seller.



svako od nas može biti provodnik nečije smicalice i svako od nas može biti žrtva.

U prodavnici dečje hrane na polici stoji bebi-kašica sa isteklim rokom. Pitam vlasnika prodavnice, koga poznajem, da li zna da se u njegovoj radnji prodaju kašice za bebe sa isteklim rokom. Kaže mi nešto poput „ma nema veze to je samo neki mesec“. Pitam ga da li bi dao tu kašicu svom detetu. Gleda me začuđeno. Sa više opreza, bez podrazumevanja, smanjujemo mogućnost da budemo žrtve.

Da li su nemar i neznanje u vezi sa onim što prodajete bliži smicalici ili časnoj nameri? Student završi medicinski fakultet sa malo rada i mnogo „veza“ i postane lekar. Počinje ljudima da propisuje lekove o kojima nema mnogo informacija i kombinuje ono što se kombinovati ne sme. Žena je trudna i dobije od lekara specijaliste za plućne bolesti lek protiv kašlja u čijem uputstvu piše da nije dozvoljeno da ga uzimaju trudnice. Lekar ostvaruje dobit, farmaceutska kuća ostvaruje dobit, trudnica i nerođena beba gube.

Smicalica je i ako kupac na neki način „prevari“ prodavca i pribavi za sebe nešto mnogo vrednije od cene koju je platio a da prodavac nije bio saglasan s tim. Svaka smicalica u sebi sadrži skrivene informacije. To je čini smicalicom, bez obzira da li je primenjuje prodavac ili kupac. Ukoliko obe strane imaju sve informacije i obe su saglasne, to je dobrovoljna razmena.

Časna namera je kad oboje dobijaju: i onaj koji prodaje i onaj koji kupuje. Kad kupite ono što vam je korisno, novac koji ste za to dali je nevažan. Ako je korisnost proizvoda za kupca jednaka ili veća od cene koju je platio,

SVAKA SMICALICA U SEBI SADRŽI

SKRIVENE INFORMACIJE.

TO JE ČINI SMICALICOM, BEZ OBZIRA

DA LI JE PRIMENJUJE PRODAVAC ILI KUPAC.

onda je to poštena trgovina. Časna namera u sebi ne sadrži skrivene informacije. Sve je „na stolu“. Igra se „otvorenim kartama“. Vršiti se poštena razmena između proizvoda ili usluge, sa jedne, i novca ili drugog načina uzvraćanja, sa druge strane.

NAVIKLI SMO NA PREVARE

Pitam se zašto ja uopšte o svemu ovome pišem? Pa to je tako očigledno i prirodno bi tako trebalo da bude! Pišem zato što nije očigledno i zato što je postalo prirodno da nekoga „prevarimo, obmanemo, uvalimo

ŠTA SVE ZNAČI...

Smicalica: podvala, prevara, nameštaljka, petljanija, prepređenjaštvo, obmana, farbarija, zavaravanje, malverzacija.

Čast: istinoljubivost, uvažavanje, karakternost, čiste ruke, pristojnost.

mu, ispalimo ga“ i na račun toga profitiramo. Počeli smo da slavimo one koji, zahvaljujući odličnom marketingu ili nekim nelegalnim načinima, prodaju „đubre proizvod ili uslugu“. Ako ih i ne slavimo, to nam je postalo normalno i uobičajeno. Kad nas neko prevari i „uvali“ nam nešto, umesto da se ljutimo na njega mi krivimo sebe. Postalo je važnije zaraditi nego isporučiti kvalitet i bezbednost.

Uvažavate li potrebe drugog ili samo sopstvene? Kad prodajete da li vam je prvi cilj da zadovoljite potrebe drugog ili da ostvarite sopstvenu korist? Poštena prodaja uključuje i potrebe kupca i vašu korist, ali razliku pravi šta vam je na prvom mestu. Ako vam je na prvom mestu da zadovoljite potrebe kupca, vaša korist će automatski doći i to dugoročno. No, ako vam je na prvom mestu da vi ostvarite korist, onda se može desiti da radite smicalice a da toga niste ni svesni.

U svakom slučaju, smicalica je najslbližnja laganju, a časna namera - istini. Tako možemo biti najsvesniji da li nastupamo sa smicalicom ili časnom namerom.

I na kraju, prodaja može biti i smicalica i časna namera. Zависи od onog ko prodaje. Svako bira za sebe. Laganje dugoročno najviše šteti onome ko laže. Negde sam pročitala da je „ljudima čistog srca - vreme najbolji prijatelj“.



U SADEJSTVU S PRIRODOM

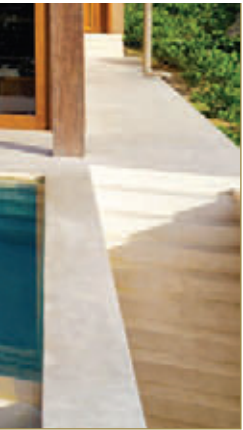
Prepoznavanje problema rastućeg zagađenja ali i preopterećenosti naše lepe planete, dovodi do težnje da se u sve segmente života, obrazovanja i rada uvrste principi održivog razvoja. Hoteli sagrađeni od prirodnih materijala, snabdeveni energijom koja se dobija iz obnovljivih izvora i hoteli koji poseduju sopstvene sisteme prečišćavanja otpadnih voda, svakako su prava turistička destinacija za sve turiste sa razvijenom ekološkom svešću.

Potražnja turista za mirnim odmorom u prirodnim sredinama raste. Takav vid turizma omogućava, bar na kratko, beg iz urbanih sredina, beg od stresa, žurbe i svakodnevne buke i zagađenja. Iako zeleni hoteli mogu da se nalaze čak i u gradskoj sredini, eko-resorti se prvenstveno planiraju i smeštaju u prirodno i ekološko okruženje. Na taj način gostima je omogućeno uživanje i sadejstvo sa prirodom, kroz pogled, udisanje čistog vazduha, šetnje, kupanje...

HOTELI BUDUĆNOSTI - OD PRIRODNIH MATERIJALA

S obzirom na potrebu gostiju da neko vreme provedu u ekološkim sredinama, ovaj tip hotela i objekata, uglavnom se osmišljava u skladu sa principima održivog razvoja. Dok postoje razni pristupi u osmišljavanju, projektovanju i izgradnji zelenih hotelskih kompleksa i objekata, kroz njihovo funkcionisanje i eksploataciju potrebno je ostvariti dva osnovna cilja. Prvi predstavlja smanjenje emisije ugljen-dioksida u eksploataciji objekta, uz težnju da se emisija svede na nulu, a drugi je uključivanje lokalne zajednice i lokalnih resursa u izgradnju i funkcionisanje hotela.

Budućnost izgradnje hotela i arhitekture, generalno ide u smeru dizajniranja i izgradnje objekata od lokalnih, prirodnih materijala koji su biorazgradivi i koji se mogu ponovo koristiti ili reciklirati. U svetu, ali i na našim prostorima postoje škole, kao i eksperimentalni projekti izgradnje objekata u duhu zelene arhitekture. Armirani beton, metal,



plastika, velike količine stakla, više ne predstavljaju simbole modernog, u skladu sa principima održivog razvoja. Materijali koji se koriste su najčešće drvo, zemlja, trska i kamen, kao u nekim davnim vremenima, ali uz savremena inženjersko-tehnološka rešenja. Dizajniranje objekata hotela u ovom duhu ne znači da se treba odreći kvaliteta i komfora smeštaja i usluga na koji smo navikli, a koje pružaju najluksuzniji hoteli, već da, uz izbegavanje zagađenja prirode i sadejstvo sa njom, postignemo pun ili bolji kvalitet usluge koju pružamo gostima.

Pored samog načina gradnje, veoma je važno korišćenje obnovljivih izvora energije za utilitarne potrebe hotela, kao što su solarna energija, energija vetra, vode... Isto kao i

briga o prečišćavanju otpadnih voda, koje se ispuštaju u prirodu, i vođenje računa o hemikalijama koje se koriste za čišćenje i pranje. Bacanje smeća, kompostiranje, recikliranje i ambalaže, takođe je veoma važna stavka. Mnogi će reći da su kod izgradnje takvih objekata investicije u početku veće u odnosu na standardni sistem gradnje i uvođenje instalacija sa standardnim sistemima napajanja. Međutim, ovi objekti su u eksploataciji daleko isplativiji u odnosu na standardne, uz neprocenljiv doprinos očuvanju prirode.

IMPERATIV: EKO-KOMPLEKSI UKLOPLJENI U OKRUŽENJE

Osim očuvanja prirode i maksimalnog umanjenja emisije ugljen-dioksida, sledeći i jednako važan imperativ izgradnje i funkcionisanja eko-resorta je očuvanje, saradnja i unapređenje lokalne zajednice i lokalnih vrednosti. Za pošljavanje lokalnog stanovništva u eko-resortima, njihova edukacija, korišćenje lokalno proizvedene hrane doprinose očuvanju prirode i prirodne sredine. Na taj način podiže se i svest lokalnog stanovništva o principima održivog razvoja, s obzirom da je ekološki aspekt sredine u kojoj žive i rade ujedno i najatraktivnija stvar koja privlači turiste. Na ovaj način možemo privući pažnju hotelskih lanaca i menadžera da grade u nedovoljno razvijenim ali ekološki čistim sredinama, uz interes gostiju koji traže beg iz urbanih sredina u eko-resorte, ali i unapređenje i zadovoljstvo lokalnog stanovništva.

Samo planiranje objekata i njihova organizacija i postavljanje u mnogome zavise od prirodnog ambijenta u koji ih treba integrisati. Veliki broj eko-resorta gradi se u

DEMEX PROJEKT DOO BEOGRAD

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

Đure Daničića br.4, Stari Grad, Beograd

Tel: 011 322 49 51

www.demexproject.com



HOTELSKI DIZAJN: EKO-RESORTI

turističkim centrima koji su već afirmisani. Obično su ovi kompleksi razučeni i niske spratnosti, sa razdvojenim smeštajnim jedinicama, kako bi integracija sa prirodom bila na što većem nivou. Ovakvi kompleksi nikako ne treba da budu napadni i agresivni u samom oblikovanju, već uklopljeni u okruženje.

Jedan od veoma dobrih primera eko-resorta je **Six Senses Resort** na **Con Dao** ostrvu u **Vijetnamu**, koji je nagrađeni konkursni rad Reda Amalou i AW² Architecture. Veoma luksuzni eko-resort, fantastično je uklopljen u prirodni ambijent plaže i vegetacije u zaleđu. Ovaj kompleks sa 35 smeštajnih jedinica, izgrađen je po principima održivog razvoja. Svaka jedinica građena je tako da se obezbedi prirodna ventilacija i hlađenje vazduhom, ali i prirodno zaštititi od sunca arhitekturom pre-

puštenih krovova i primenom prirodnih materijala. Samim pozicioniranjem jedinica, svaka ima svoj zatvoreni, ali i pripadajući eksterijerski deo, vizuelno povezan s živopisnim pogledom, preko linija privatnih bazena ispred, koji se stapaju sa morem.

LUKSUZ I EKOLOGIJA

Whitepod u **Švajcarskoj** je tipičan primer da eko-resorti mogu da budu veoma luksuzni. Sagrađen je na Alpima kao potpuno jedinstven i drugačiji objekat planinskog hotela. Sastoji se iz pojedinačnih smeštajnih





jedinica koje liče na igloe, što su u suštini sferni “šatori”, smeštenih daleko od bilo kakvog urbanog uticaja ili zagađenja, uz prelep pogled na jezero. Ove jedinice su fantastično izolovane i pružaju visok nivo komfora, luksuzno su opremljene, imaju kamine i veoma luksuzna kupatila.

Kiaroa, Brazil nalazi se na poluostrvu Maraú. Ovaj veoma popularan hotel u potpunosti je zasnovan na ideji održivosti. Objekti koriste solarnu energiju, dok je za izgradnju korišćena drvena građa lokalnih šuma koja je bila predviđena za seču i ponovo pošumljavanje. Ovo mesto za opuštanje i uživanje, nalazi se usred guste vegetacije, uz predivnu plažu na obali okeana, dok svaka

smeštajna jedinica ima potpunu privatnost i sopstveni bazen.

Sve ukazuje da će u budućnosti rasti potražnja gostiju za odsedanjem u eko resortima. Na našim prostorima za to postoje veliki prirod-

ni potencijali i vredi razmišljati kako koristiti lokalne prirodne resurse u cilju unapređenja turističke ponude, uz brigu o prirodi i unapređenje lokalnih zajednica.

Ivana Banović Đorđević, dia

Made by Karim

Klasični hoteli nude udoban, skup smještaj, dobro osmišljene menije ovenčane s dve ili čak tri Michelin zvezdice, kao i vizuelnu prijatnost zbog skupocjenih umetničkih predmeta. A dizajn hoteli se od prethodnih razlikuju, ne samo po modernom dizajnu, upotrebi nove tehnologije i zanimljivoj hrani, već najpre po atmosferi. Liče na privatni, klupski prostor, topao i prislan. Nisu bezlični, već, naprotiv, lepi i originalni, zahvaljujući avangardnim idejama dizajnera.

Upravo tako je i u slučaju hotela „Semiramida“, u kojem je glavnu reč vodio slavni industrijski dizajner Karim Rašid koji se upustio u putovanje kroz dizajn, arhitekturu, modu, hranu i muziku - prema sopstvenom stavu o budućem estetskom univerzumu.

MOTO HOTELA: „YES“

Prvobitni hotel "Semiramida" podignut je početkom XX veka. Tada je mesto na kome se nalazio – Kifisija, bilo daleko predgrađe Atine, udaljeno čak 12 km od centra. Danas je ovaj hotel okružen modernim buticima, restoranima i kafeima. Izgrađen na nadmorskoj visini od 340 metara, pruža veličanstvenu panoramu i beg od uobičajene atinske vlage. Vlasnik hotela Dakis Joanou veliki je kolekcionar umetničkih dela i osnivač fondacije moderne umetnosti DESTE. Ovaj vitalni Kipranin direktor je mnogih kompanija, uključujući i Koka-Kolu, u 26 zemalja. Dakis ima najveću kolekciju slika Džefa Konsa i neka od najboljih dela Krisa Ofilija.

Rašidova ideja bila je da "rasprostre" pozitivnu energiju i da preko kulture, dizajna i umetnosti stvori prijateljsku atmosferu. Hotel je pravi izazov za modernog putnika koji je informisan, školovan, sa globalnim pogledom na svet. Kažu da svi koji su proveli izvesno vreme u hotelu "Semiramida" ostaju zauvek vezani za njega.

Karim Rašid tvrdi da je želeo da hotel bude „tehnorganski“ – sa mnoštvom mekih linija i fluidnih oblika. Prepun je umetničkih dela, najnovijih plazma televizora, muzičkih linija u trendu. Nameštaj, materijali, kupatila... uglavnom nose ime poznate marke. Mešaju se stari hotelski programi s novim, stilovi, materijali i boje, na način koji daje lak i neobavezan izgled. Klinički očišćen prostor daje mesta gostu da upotrebi maštu i organizuje boravak prema svojoj najintimnijoj želji.

Rašid nije mogao da promeni veličinu soba, ali je zato sve ostalo drugačije. Prizemlje je sa svih strana prozirno. Skoro svi zidovi su od stakla, čime je omogućio izvanredan pogled na svetlucajuću Atinu. Može se reći da je upotrebio radikalne materijale, teksture i boje. Unutrašnjost hotela je zatašasana kolorativnim mozaikom, staklenim pločama, tamnim drvetom,





Athens design hotel "Semiramid", whose design is signed by Karim Rashid, a famous industrial designer, is a real challenge for a modern passenger who is informed, educated, with a global view of the world. The hotel is "techno-organic" - with plenty of soft lines and fluid shapes. It is full of artwork, the latest plasma TVs, trendy music devices... Furniture, materials, bathrooms... mostly carry the name of the famous brand. In 52 rooms with banana yellow balconies, six pavilions located around the pool, three penthouses and one penthouse apartment prevail pastel colors, another trademark of Karim Rashid. The entire hotel space is "one block" - homogenous, cleaned from individual elements so that guests can feel and experience their uniqueness.

epoksidom, podovima od metala i gume, a fasada prekrivena glaziranim belim keramičkim pločicama.

PRINC PLASTIKE

Kada gost uđe u hotel, umesto da potpiše hotelski registar, on dobije papir sa stikerima na kojima se nalaze simboli njegove sobe. To ponekad može da bude neugodno ukoliko ga izgubite. Ili, na primer, prijatelj treba da vas pozove telefonom u hotel, a vi mu objasnite: "Ja sam u sobi koja ima krst, a moja prijateljica je u sobi sa simbolom brijača!" - čista fantazija Karima Rašida.

U 52 sobe, sa banana žutim balkonima, šest paviljona smeštenih oko bazena, tri penthousa i jednom penthaus apartmanu, preovlađuju pastelne boje, još jedan zaštitni znak Karima Rašida. U spoljnim fasadama, kao i u unutrašnjosti hotela ima četiri boje: roze, svetlo zelena, oranž i žuta. To su boje koje, po



Karimu, šire energiju i pozitivnu emociju: kaj-sija za tepihe, zelena i boja maline za staklo, banana žuta za ivice pločica u kupatilu, a bledo roza za fotelje. Rašidovi fluorescentni plastični predmeti razbacani su svuda! Ceo hotelski prostor je "iz jednog bloka" – homogen, očišćen od pojedinačnih elemenata da bi gost mogao da oseti i doživi svoju jedinstvenost.

Uniforme osoblja, bočice za šampon i krem-tuš, stolnjaci u restoranu, posteljina, čak i sobne papuče su *made by Karim*. Deo nameštaja je on sam projektovao za firme *Magis*, *Nienkamper*, *Idee*, *Umbr*a, *Frighetto*, *Capellini*, *Kovacs*, *Foscarini* i *Artemide*. Svi ostali detalji su specijalno dizajnirani za hotel.

Restoran sa 120 sedišta nalazi se na prvom nivou. Povezan je sa barom i bazenom. Na

drugom nivou je bar koji vodi u unutrašnje dvorište hotela. Stolovi su mali i različitih oblika. U konferencijskoj sali smešteno je 150 *Butterfly* stolica dizajniranih za *Magis*.

Tri penthousa nalaze se na poslednjem - četvrtom spratu hotela. Ono što ih čini specijalnim u odnosu na druge apartmane jesu ogromne terase sa zonom za relaksaciju.

Na jednoj takvoj terasi zamišljam Karima Rašida ispruženog u šezlongu koji je sam dizajnirao, kako preko čipa - smeštenog u oku (što je njegova životna želja!), u jednoj sekundi dobija direktnu informaciju o padinama brda Penteli, luci Pirej i dalekim brodovima koji zamiču ka plavom horizontu!

Jelena Kalićanin

Hotel „3,14“



„PI“ = 3,14 je iracionalan broj, matematička konstanta.

Svake godine 14. marta (3-14) slavi se Dan PI.

A 14. novembar je 314. dan u godini. Na taj dan rođen je Albert Ajnštajn.

Ukanskom hotelu „3,14“, koji je, iako ceo jedan blok udaljen od mora, ipak blizu plaže, ništa nije obično, počev od naziva „3,14“, koji predstavlja matematički iracionalni broj „PI“.

U njegovom lobiju nalazi se naoko drečava fontana sa jednim gnomom na vrhu. Jer je prema legendi, Mudrac nad Mudracima, s belom bradom, primio lično od filozofa Konfučija simboličnu svetiljku, simbol svetla: „Iskustvo je svetiljka koja osvetljava put kojim smo putovali!“.

Iza recepcije su dva mala veštačka papagaja iz Amazonije, žestokih boja - simbol zaljubljenih parova koji hotel „3,14“ smatraju svojim zaklonom. Goste dočekuje skulptura plave krave u prirodnoj veličini. Recepcija svetli, plavo-zelena boja prekriva nišu koja izgleda kao presto. Prolazak pored biblioteke uzburkava čulo vida: mnogo svetloplave, zelene i boje jorgovana, štrasa na policama, lusteri koji leluju kao paučina, svetlećih kugli, na zidovima fotografija snimljenih u selima Afrike, raznobojnog svetla... Nije ni čudo da hotel „3,14“ smatraju hotelom za mlade! Kome inače treba „ljubavna kutija“ puna kondoma, smeštena u frižideru i nekoliko vibratora pride?!

PET SPRATOVA - PET KONTINENATA

Dizajnerke Karina-Elena Partuš i njena sestra Aleksandra-Elena kćerke su linijskog pilota, koje su još od detinjstva bile u prilici da upoznaju ceo svet. Kada se Karina-Elena udala za gopodina Partuša, inače mladog vlasnika poznate istoimene grupe kazina na Azurnoj obali, i kada su svi zajedno rešili da preuzmu postojeći hotel, odmah im je bilo jasno da će hotel praktično predstavljati „celu Zemljinu kuglu“. Zato je i zamišljen kao zemlja s pet kontinenta. Svaki sprat je nazvan po jednom kontinentu sa odgovarajućem dizajnom, mirisom, bojom, muzikom...

U Americi, zidovi soba su u nijansi Tihog okeana; nameštaj super moderan gvozdeni - stil sedamdesetih godina, zaobljene linije; zidovi prekriveni Pop-Art detaljima, preneseni na zavese; svetle boje: oranž, žuta, bela...; miris sekvoje i kedrovine...

U Africi, sve miriše na Maroko: udobni otomani prekriveni mekim materijalima, teške talasaste brokatne zavese s perlicama, okrugli stolovi od mesinga sa ugraviranim crtežima... Afričke lampe, pepeljara u obliku kamile... Miris muskatnog oraščića, cimeta... Atmosfera arapskih noći... Kolači dobrodošlice u frižideru... Papuče muške, papuče ženske da se gost odseta do bazena. Kasnije ih, naravno, nosi kući!



Amerika



Afrika

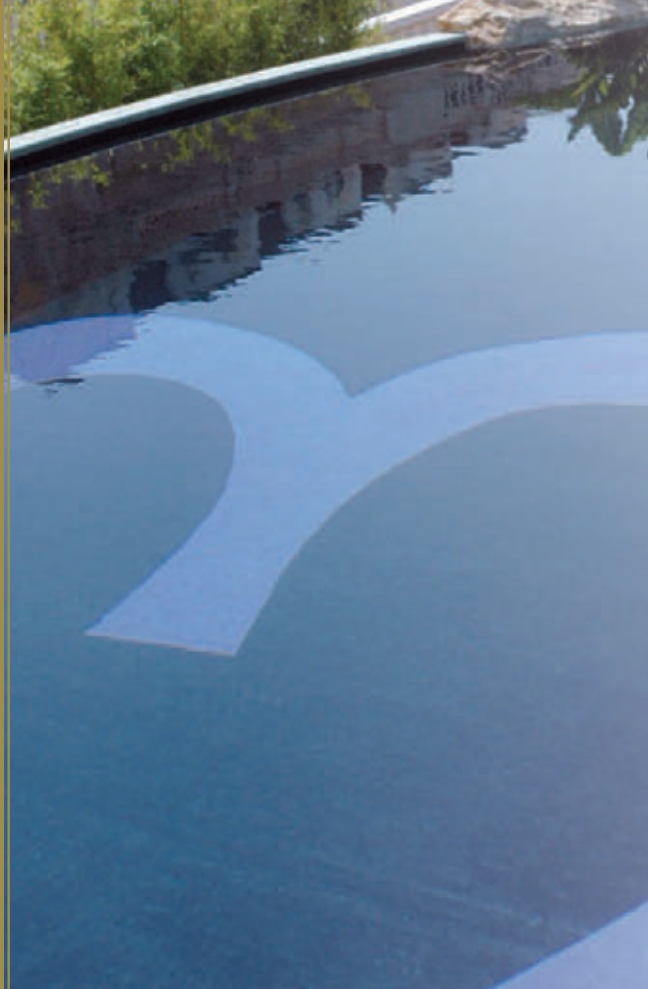
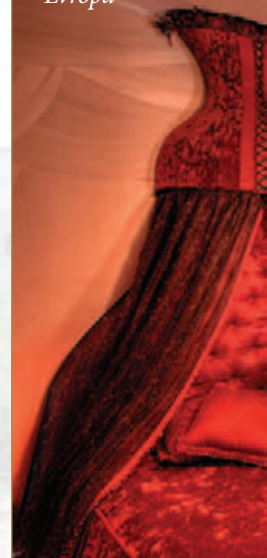


Okeanija



Cannes hotel "3,14", which is one block away from the sea and still close to the beach, is anything but common, starting with the name "3,14", which represents the mathematically irrational number "PI". It is conceived as a land of five continents. Each floor is named after one continent with the appropriate design, smell, color, music...

Evropa





Azija



U Okeaniji, na ostrvima dalekog Pacifika, svež povetarac u svim sobama priseća se koralnih grebena. Sve sobe su u blagim bež tonovima, harmonične linije nameštaja od bambusa, mekoća prirodnih materijala s dekorativnim motivima Okeanije, okrugle viseće ili stajaće ratan fotelje, lampe od rafije koje propuštaju toplo svetlo, korpe od pruća... miris kapra i kokosa... Ovdje je priroda netaknuta i donosi osećaj bezvremenosti s mrvicom pravog raja!

„MAHATMA“: MIRISI DALEKIH OBALA

Izgleda da u hotelu „3,14“ smatraju da je glavni grad Evrope-Pariz, Grad svetlosti. Zato se na četvrtom spratu nalaze sobe dizajnirane u stilu Belle Epoque, tamnih purpurnih boja, plišanih materijala; iznad kreveta baldahin u obliku ženskog korseta, prigušena svetla, jastučići u obliku srca, pink zavese, meko svetlo na zidovima... Moulin Rouge, Can-Can...

Najzad, na petom spratu ulazi se u svet azijskih mirisa pačulija i jasmina; Zen atmosfera sa mirisom ozbiljnosti; sjajna crvena kineska svila; moderne fotelje koje podsećaju na glavu Mikija Mause... Buda posmatra...

Poziv u kulinarsku umetnost. Prozirno Murano staklo, svetlosni efekti koji se menjaju iz časa u čas, zanimljivo oblikovani stolovi, dizajn Italijana Davida Medrija, poznatog po svojim mozaicima: restoran „Mahatma“ nalik na idealan vrt. Ovdje se služi mediteranska kuhinja začinjena mirisima dalekih obala.

Na vrhu krova, ispod sunca, meseca i zvezda, prostor za opuštanje: hamam, prostor za masažu, na terasi - bazen nazvan „Nebo“, zaogrnut bambusovom šumom, vodopadom, a tu su bar, ligeštuli, suncobrani... Idiličan pogled na Kan, na mediteransko duboko plavo i izlet u srce uživanja - spa „Cocoon“ - masaža, joga, đakuzi, amam...

Izaberite! Kako je najlepší put - put u sopstveni unutrašnji svet, gost je pozvan da upozna svoje telo, dušu i duh.

Jelena Kalićanin

Priča iz „LEGIONARSKOG RAJA“

U bezvodnim brdima oboda Sahare, u utvrđenju gde je svakodnevno lio znoj i pljuvao krv, jedan francuski legionar otkupio je bivšu tvrđavicu, par kilometara kraj mestačeta Tatauin na jugu Tunisa i napravio hotel „Sango“ – pravu oazu za turiste u koju oni i sada dolaze zbog očaravajuće Sahare.

Obično su bežali od grehova pređašnjeg života, ma kakav on bio. Legionari, prokazani plaćenici, oduvek su bili na lošem glasu. Kao zastava kolonijalizma, ali i brana žudnjama za nezavisnošću, selili su se nakon svake oslobodilačke revolucije sve dalje. Tako su u Tunisu ostali do 1956. godine i u pomalo zaboravljenom gradu Sfaksu, nekada najznačajnijoj luci za izvoz fosfata, zbog koje su kolonijalne sile dugo i žilavo branile prisustvo na prostorima arapskog Magreba uz pomoć legionara.

Sve počinje i završava se te 1956. godine, oslobođenjem i sticanjem nezavisnosti Tunisa. Luke, tekstilna industrija, prerada maslina sa 60 miliona stabala zvanično trećeg proizvođača na svetu, pruge, ali pre svega turizam koji su branili legionari – ostali su u rukama onih kojima i pripadaju: narodu Tunisa.

Legionari su bili prisutni još neko vreme u ovoj lepoj zemlji, „nevidljiviji“ nego pre i lagano se premeštali ka jugu Afrike, Čadu, Maliju. Oni koji su završavali

ugovore ostajali su kao „brodovi nasukani na stenje“. Bez gesla „Legia patria nostra“ (Legija naša domovina) i drila nisu funkcionisali pa su završavali tamo od čega su i bežali – u stvarnom životu, među običnim ljudima, uz zakone prava, a ne jačeg. Retki su se prilagodili i ostali na mestima gde su vraćali dug domovini, porodicama ili pravdi.

SUSRET SA POLOM

U bezvodnim brdima oboda Sahare, u utvrđenju gde je svakodnevno lio znoj i pljuvao krv, a njegovi vojnici još češće, „zaostao“ je svojevremeno oficir iz tužne kolone koja se pakovala sa ovog kamenog „predvorja pakla“. Ne samo da se razveo od „svoje domovine“ već je uspeo da otkupi bivšu tvrđavicu, par kilometara kraj mestačeta Tatauin na jugu Tunisa i napravi hotel „Sango“. Pravu oazu za turiste u koju i sada, posle Jasmin revolucije, ponovo dolaze zbog očaravajuće Sahare.

Kaže da se zove Pol, mada može i Žan, Gijom ili kako već želimo. Ima oko 75 godina, u dobroj je kondiciji, deluje mefistovski mirno, ali ne vedro. Ne pitamo ga za poreklo, pravo ime i rodno mesto, to su čak i sad zabranjena pitanja. Pomalo teatralno ne želi da se slika i umesto toga pokazuje zidove hotela – hronološki poredane drvene ramove sa crno-belim fotografijama iz raznoraznih kampanja. Tropske uniforme boje peska sa belim kapama kao krunama, isečci iz novina na francuskom, arapskom, signalne zastavice, ordenje. Sećanja na bitke u kojima je učestvovao ili ne na tlu arapskog Magreba, sada su samo mamac za turiste.

SAMICE PRETVORENE U HOTELSKE SOBE

U kružnom delu bivših spavaonica gde su nekada bili žičani kreveti i dušeci puni stenica



In the waterless hills of the Sahara rim, in a fort where people poured sweat and blood every day, a French legionary bought a former fortress, a few kilometers from the town of Tataouine in the south of Tunisia, and made the hotel "Sangho" - a real oasis for tourists to which they are still coming because of the enchanting Sahara.





napunjeni morskom travom – sargijom, danas je recepcija. Na godinama uglacanim kamenim blokovima i dalje se vide senke nekadašnjih soški za puške, a bivše samice su luksuzne hotelske sobe. Pol je čutljiv sagovornik, ne kaže odakle mu novac za ovaj delić raja, jer legionarska plata i sadašnja penzija zasigurno nisu dovoljne: za izvlačenje arteške vode iz dubina u ovoj bezvodnoj pustoši; za karipsko plavetnilo bazena i zalivanje šljake na teniskim terenima, jer ekscentrični turisti iz Evrope hrle sa malog aerodroma u Duzu ovde na odmor. Da nanovo osete, makar na kratko, dah nekadašnje kolonijalne sile. Zalasci sunca su fantastični, preliv boja na filmskom platnu stena i peska, a kako su po ovim brdima jezdile mnoge vojske, još uvek ima antikviteta.

Turiste privlači sve: oaze, život Berbera u pustinji, jedrenje po peščanim dinama, avioni sa malim motorima i let iznad beskrajne Sahare. Kao scenario preuzet iz kulturnih filmova „Čaj u Sahari“, i „Engleski pacijent“.

LEGIONARSKI OBROCI

U restoranu, pored tunišanske i francuske kuhinje, tu su modifikovani legionarski obroci. Jagnjeća rebarca na žaru uvezana kanapom uz pečenu rendisanu dinju, krompir i kus-kus. Velike porcije oslikavaju nekadašnju „večnu“ vojničku glad. Sve deluje nestvarno kada u ovoj pustoši uđete u klimatizovane sobe, trpezarije i sednete u udobne kožne fotelje uz voće, kafu, konjak i cigare, a napolju 40 stepeni u hladu. Krupni, crnputi kelneri, čini se Nubijci, kao da su izašli iz stroja ovog nekadašnjeg legionarskog zapovednika, vešto i gipko podižu posuđe sa stola. Kuvar, takođe ogromni Marokanac, proviruje zbog zvuka nepoznatog mu jezika – još uvek na oprezu. Besprekorno je čisto, kraj bazena u luksuznim ležaljka pod suncobranima i hladu eukaliptusa leže gošće i uživaju tamo gde su nekad strojevi plaćenika marširali.



Pol pokazuje slike sa Džordžom Lukasom koji je boravio u ovom hotelu dok je birao pejzaže i inscenaciju za svoju sagu „Ratovi zvezda“. Ali od svega je uzео samo ime obližnjeg gradića Tatauina za rodnu planetu glavnog junaka. Na kratko pitanje odakle smo, jedino koje nam je postavio, ne reaguje kad čuje za Beograd i Srbiju, kao i da ne zna da postoje. Okreće nam leđa i polazi do recepcije da vidi ko je stigao od novih gostiju iz tek pristiglog džipa sa aerodroma u Duzu. Na pozdrave se nije ni osvrnuo, a iza njega je ostala teška praznina, pa u kombiju ćutimo dok se udaljavamo kroz vrelinu Sahare. Turizam je, osim plaža i šopinga, postao i nešto novo, uzbudljivo, neobično, ali upravo to i privlači savremene globtrottere, a toga je Tunis prepun. Polazimo ka Sahari, ljudima iz pustinje i novim tuniskim pričama.

Tekst i foto: D.K.-I.



HOTEL U KOJEM STE KAO KOD KUĆE

U megapolisu kakav je Bangkok, sa danas mnogo više od oko osam i po miliona ljudi, koliko je imao na poslednjem popisu 2010. godine, ne snalaze se najbolje ni njegovi stanovnici, a tek Evropljani?! Za njih, a i mnoge druge, boravak u glavnom gradu Tajlanda je u svakom smislu avantura, iz koje, posle početnog šoka zbog neopisivo gustog saobraćaja i ogromne gužve na ulicama, na kojima se gotovo danonoćno i trguje, i zabavlja i živi, svi, ipak, izađu manje-više zadovoljni. Pre svega, zahvaljujući urođenoj ljubaznosti Tajlandana, koji će vas, čak i kad ne razumeju šta želite, dočekati i ispratiti osmesima koji će o njihovoj dobroj nameri da vam budu od pomoći i da vam ugone, govoriti više i bolje od hiljadu reči. To se naročito oseća u hotelima – prisutnim globalnim brendovima i domaćim individualnim hotelima kojima se ovde ne zna broja, ali je gotovo sigurno da Bangkok raspolaže sa više od 100.000 soba! Jedan od njih, mali luksuzni butik hotel **Grand Sathorn**, u srcu poslovnog dela grada, pravi je primer tajlandskog hotelijerstva u kojem se, gotovo redovno, skladno prožimaju tradicionalno i savremeno.

Grand Sathorn je mali luksuzni hotel, deo privatnog lanca Leisure Group sa četiri hotela u vlasništvu, koji vas svojim toplim enterijerom, detaljima i bojama koje nedvosmisleno govore da ste na Tajlandu, i veoma ljubaznim, uslužnim, prijateljskim osobljem - osvoji već na samom ulazu u dobro rashlađen lobi. Izgrađen od tradicionalnih materijala, uređen je u zapadnjačkom i evropskom stilu, upravo onako kako treba da biste se osećali „kao kod kuće“. Ima 79 soba različitih vrsta – od deluxe soba do penthousa. Sobe su atraktivno uređene, opremljene veoma udobnim nameštajem i modernim sadržajima – od satelitske TV, preko klime, mini bara, mikrotalasne pećnice, ketlera, fena, sefa, privatnog kupatila sa tuš kadom i kadom, obaveznom opremom za spravljanje čaja i kafe, bade mantila i papuča do telefona i odličnog besplatnog wifi-a. Higije-

na je besprekorna, klima radi 24 sata, ali ono što vas zaista ostavlja bez daha je velika površina soba, u kojima nema šanse da vas obuzme klaustrofobija.

Uostalom, takav je i ceo hotel sa svojih deset spratova, ispunjen različitim sadržajima, poput hoteskog restorana sa veoma bogatom ponudom različite vrste hrane za goste sa svih meridijana, dok je na samom krovu, s kojeg puca panoramski pogled na Bangkok, otvoreni bazen sa čakuzijem, teretana sa modernim spravama i krovni bar – upravo sve ono što je potrebno za odmor, opuštanje i uživanje tokom čitavog dana. Na vrhu hotela u samom centru grada, daleko od ulične vreve, pod suncem koje neumorno greje, otkrićete da dobijate krila i da samo što niste dodirnuli nebo...

O hotelu i zaposlenima, dragim, uglavnom mladim i uvek nasmejanim ljudima, spremnim da vam po



svaku cenu učine boravak prijatnim, brine gospođa **Sasinant Wisessarit**, takođe mlada, odmerena, veoma ljupka, srdačna i veoma ljubazna menadžerka hotela, čija se ženska „ruka“ oseća u svakom delu hotela. Kaže da je hotelijerstvo studirala u Njujorku, a potom se vratila u Bangkok željna da svoje znanje prenese kolegama. Udata je, ima dvoje dece, ali voli svoj posao hotelijera i raduje se, ističe, što je sve više žena na visokim



Grand Sathorn is a luxurious business four-star hotel in the center of Bangkok, part of the privately owned Leisure Group, which wins you at first glance who its warm interior, details and colors that unambiguously tell you that you are in Thailand and also very friendly, helpful staff. Built from traditional materials, it is decorated in Western and European style, just the way to make you feel "like at home". It has 79 rooms of different types - from deluxe rooms to penthouses. The rooms are attractively decorated, furnished with very comfortable furniture and modern amenities. The hygiene is flawless, the climate is working 24 hours, but what really leaves you breathless is the large area of the room, in which there is no chance that you will catch up with claustrophobia. After all, such is the whole hotel with its ten floors, filled with different contents, such as a hotel restaurant with very rich offer of various types of food for guests from all the meridians, while on the roof itself, with panoramic view of Bangkok, there are outdoor swimming pool with Jacuzzi, a gym with modern appliances and a roof bar - just everything that is needed for rest, relaxation and enjoyment throughout the day.

menadžerskim pozicijama, dodajući da je to negde i normalno, jer su, da se ne ljute kolege, žene ipak tolerantnije, odgovornije, spremne na kompromis... Hotel je njena druga kuća i potpuno je fokusirana na kvalitet usluge i zadovoljstvo gostiju koji dolaze sa svih strana sveta.

- Grand Sathorn je svojom lokacijom odredio i svoju sudbinu – kazuje gospođa Wisessarit. – Ovo je mali hotel sa odličnom pozicijom za poslovne ljude, pa je i stalno pun, uglavnom gostima iz Nemačke, pre svega, a potom iz Francuske, Engleske, Amerike..., a sve je više i Kineza, pa Tajlandani sada intenzivno uče kineski jezik... Evropljani se

ovde osećaju bezbedno, vole što smo nasmejani, ljubazni, prijateljski nastrojeni, spremni da učinimo sve što je u našoj moći da gosti budu zadovoljni uslugom i da nam se vrate. Uzgred, nismo ni preskupi, pa sve to zajedno daje odličan rezultat. Čisto ilustracije radi, sada je niska sezona na Tajlandu a zauzeće u hotelu Grand Sathorn je vrlo visoko - 90%!

Iako je Tajland sa svojom raskošnom prirodom, kulturno-istorijskim spomenicima i verskim objektima bogom dat za turizam, tajlandsko Ministarstvo za turizam & sport ulaže značajne napore u promociju Tajlanda širom sveta. Tako je u maju organizovana promocija na sajmu turizma u Japanu, u kojoj je učestvovao i Grand Sathorn, bez obzira na činjenicu što ima visoko zauzeće tokom godine.

– Već na sajmu dobili smo prve goste, što me zaista obradovalo, jer je naša poslovna strategija da uvek gledamo napred i da se pripremamo za budućnost bez obzira na trenutne pozicije – istakla je gospođa Wisessari, dodajući uz osmeh: - A to znači da se jednog dana možda vidimo i u Beogradu!

Ljiljana Rebronja



ŽIVOT ISPUNJEN AVANTURAMA I UŽIVANJEM U DOBROJ HRANI



Život Anthony-a Bourdain-a, kuvara i svetskog putnika oštrog jezika i istančanog nepca bio je sve samo ne dosadan. Nije bio ni nalik drugim poznatim kuvarima i TV ličnostima sa svojim urednim i opremljenim kuhinjama-studijima. Ono što ga je izdvojilo od ostalih bio je talenat za pisanje, istraživanje i pravljenje gastronomskih putopisa širom sveta, gde je hrabro isprobavao egzotične specijalitete i iskreno i bez ustezanja komentarisao ponudu lokalnih restorana, a neretko i ulične hrane. Njegova iznenadna smrt sve je ostavila u šoku.

Anthony Bourdain je rođen 25. juna 1956. godine u Njujorku, gde je i odrastao, ali ljubav prema hrani rodila se nakon probanja sveže ostrige na čamcu jednog ribara u Francuskoj, gde je kao dečak često provodio letnje raspuste sa svojim roditeljima. Kasnije je tokom studiranja raspuste i slobodno vreme provodio radeći

u raznim restoranima u gradu Provinstaunu u saveznoj državi Masačusets, gde je pohađao koledž. Upravo ga je bavljenje ovim poslom inspirisalo i podsetilo na ono što je doživeo kao dečak u Francuskoj i nakon dve godine napušta koledž u želji da se bavi kuvanjem i upisuje Američki kulinarski institut gde je diplomirao 1978. godine. Kao chef radio je

u nekoliko njujorških restorana, a poziciju glavnog chef-a dobio je 1998. godine u restoranu „Brasserie Les Halles“ na Menhetnu, gde je radio dugi niz godina.

Njegovu mladost obeležila je i upotreba svakojakih droga, o čemu je pisao i u svojoj knjizi „Kitchen Confidential“: „Bili smo stalno drogirani, koristili smo sve - razne seda-

tive, kanabis, kokain, heroin, LSD, halucigene pečurke potopljene u med, kojima smo zaslađivali čaj...“

Pored droga imao je i problem sa alkoholom, a porok kojeg se poslednjeg oslobodio je pušenje.

BOGAT KNJIŽEVNI OPUS

Bourdain svetsku slavu stiće ne samo svojim kulinarskim umećima već i talentom za pisanje, koji ga je ubrzo izveo iz anonimnosti. Njegova prva knjiga „Kitchen Confidential: Adventures in the Culinary Underbelly“ (2000) bila je bestseller New York Times-a, a nastala je nakon velikog uspeha članka pod nazivom „Don't Eat Before Reading This“, koji je napisao za magazin New Yorker. Knjiga je doživela nastavak 2010. godine pod nazivom „Medium Raw: A Bloody Valentine to the World of Food and the People Who Cook“. Bourdain je napisao još dva bestslera „A Cook's Tour“ (2001), u kojoj priča o svojim gastronomskim putovanjima po svetu i „The Nasty Bits“ (2006), još jedna kolekcija eseja o hrani. Napisao je i knjige „Anthony Bourdain's Les Halles Cookbook“, kulinarske misterije „Bone in the Throat“ i „Gone Bamboo“, istorijsko istraživanje „Typhoid Mary: An Urban Historical“ i „No Reservations: Around the World on an Empty Stomach“.

Osim knjiga pisao je i članke i eseje koji su objavljeni u mnogim magazinima, uključujući „The New Yorker“, „The New York Times“, „The Observer“, „Maxim“, „Esquire“ (UK), „The Independent“, „The Financial Times“...

TV SERIJALI

Veliki uspeh i potencijal za ekranizaciju njegovih knjiga prepoznala je kompanija „Food Network“ koja mu je ponudila da snimi svoj *food and world travel show*. Tako je nastala emisija „A Cook's Tour“, emitovana u 35 epizoda tokom 2002. i 2003. godine. Dve godine kasnije, na „Travel Channel“-u pokreće novu emisiju slične teme i formata „No Reservations“ (2005–2012). U maju 2012. Bourdain je najavio da će napustiti „Travel Channel“ zbog neslaganja sa rukovodstvom koje je želelo da koristi njegov glas i lik za reklamiranje automobila i kreiranja tri specijalne epizode koje su se sastojale od klipova sedam



zvaničnih epizoda u toj sezoni. Otišao je na CNN i pokrenuo emisiju „Parts Unknown“ (2013–2018), sa fokusom na hrani i kulturi, koja je premijerno emitovana u aprilu 2013. godine.

ROKER MEĐU KUVARIMA

Bourdain je nazivan raznim imenima – *rock star* kulinarskog sveta, kulinarski bad boy,

delom zbog oštrog jezika i mnoštva tetovaža (kuhinjski nož, lobanja, zmija koja guta svoj rep, natpis "Nisam siguran ni u šta" na antičkom grčkom jeziku i škorpija). Zbog slobodnog korišćenja psovki i aludiranja na seks u serijalu „No Reservations“, televizijska mreža je morala pre svake epizode da stavi upozorenje za gledaoce.



The life of Anthony Bourdain, a chef and a world-class passenger of a sharp tongue and a sensitive palate, was everything but boring. He was not like other famous cooks and TV personalities with their neat and equipped kitchen studios. What distinguished him from others was the talent for writing, researching and making gastronomic travel journeys around the world, where he boldly tasted exotic specialties and commented on the offer of local restaurants, and often street food, without any hesitation. His sudden death left us all in shock.

Bourdain je umeo i oštro da kritikuje poznate šefove i iritirala ga je komercijalizacija kuvarskog posla i nedostatak kulinarske autentičnosti, a gastronomski magovi kojima se divio bili su Ferran Adrià, Juan Mari Arzak, Mario Batali, Fergus Henderson, José Andrés, Thomas Keller, Martin Picard, Éric Ripert i Marco Pierre White.

Bourdain je, takođe, bio poznat po sarkastičnim komentarima o veganima i vegetarijancima, govoreći da je njihov način života uvreda za stanovnike mnogih zemalja koje je posećivao i smatrao je vegetarijanstvo luksuzom bogatih zemalja.

LJUBITELJ KVALITETNE ULIČNE HRANE

Poznat je i po tome što je radoznalo jeo svakojake egzotične lokalne specijalitete, te je u Maroku probao ovnove testise, u Meksiku mravlja jaja, sirove oči foke kao deo tradicionalnog Inuit lova na foke i celu kobru u Vijetnamu. Bourdain-ovu izjavu da je piletina u lancu „Chicken McNugget“ nešto najgore što je probao, mnogi su citirali, ali najgori obrok u njegovom životu bio je neoprani rektum bradavičaste svinje koji je jeo u Namibiji, kao i fermentisana ajkula koju je probao na Islandu.

Bourdain se uvek trudio da istakne vrednost tradicionalne „paorske“ hrane, uključujući sve delove životinja koje prosećan Amerikanac dvadesetog veka nema priliku često da jede. Takođe je hvalio kvalitet sveže pripremljene ulične hrane u raznim zemljama, posebno onim u razvoju, i poredio ih je sa fast-food lancima u SAD-u.



U emisijama „No Reservations“ i „Parts Unknown“, ručao je sa mnogim muzičarima i intervjuisao ih, najviše pank rokere, kao što su Alice Cooper, David Johansen, Marky Ramone i Iggy Pop. Bend „Queens of the Stone Age“ komponovao je i izveo pesmu za uvodnu špicu emisije „Parts Unknown“.

SEĆANJE NA ANTHONY-A BOURDAIN-A

Bourdain je pronađen mrtav 8. juna 2018. u svojoj sobi u hotelu „Le Chambard“ u francuskom gradu Kaisersberg, u kome je snimao epizode za serijal „Parts Unknown“. Nakon njegove smrti mnogi poznati chef-ovi izrazili su svoje žaljenje, a CNN je objavio saopštenje u kome se navodi da Bourdain-ov talent nikad nije prestajao da ih oduševljava, nakon čega je emitovan tribjut program „Remembering Anthony Bourdain“. Mnogi

kuvari i restorani održavali su večere, memorijalne skupove u njegov pomen, kao i donatorske večere za prikupljanje sredstava za američko udruženje za prevenciju suicida. Bourdain je verovao da je suština novinarstva širenje istine, izazivanje moćnih i ukazivanje na nepravde i nedela, a umesto da to zvuči sumorno i dosadno, on je to radio na jedinstven i zabavan način. Dobitnik je mnogih nagrada za književna dela i televizijske serijale. Svake godine od 2013. do 2016. osvajao je „Emmy“ nagradu za „Outstanding Informational Series“ za emisiju „Parts Unknown“, a u decembru 2017. godine Američki kulinarski institut dodelio mu je počasnu titulu „Doctor of Humane Letters honoris causa in the Culinary Arts“.

Marija Obradović

BEOGRAD – ATRAKTIVNA DESTINACIJA ZA SVETSKE GASTRONOMADE!

Apetiti za putovanjima se menjaju, pa sve više turista bira destinacije prema lokalnoj kuhinji i traži restorane "ispod radara" u kojima se jede domaće... Šest od 10 ljudi bira destinacije prema ponudi hrane, a više od polovine na putovanjima obilazi pijace i lokalne restorane, pokazuje istraživanje sajta *Booking.com* u kome je učestvovalo 50.000 "putoholičara".

Sve više mladih putuje sa željom da otkriju skrivena mesta u kojima se kuva domaće, nije ih strah da eksperimentišu sa neobičnim ukusima, pa se sve češće odlučuju za gurmanske ture.

Booking.com navodi da je jugoistok Azije meka za one kojima čulo ukusa kreira listu željenih geografskih dužina i širina. Najpopularnija hrana među njima su dim sum, rezanci i tradicionalna supa - fo, piše Punkufer.

Jedanaest najpopularnijih svetskih destinacija za probanje lokalne hrane su: Ipoh u Maleziji, Kaošiuung u Tajvanu, Nagoja u Japanu, Džohor Bahru u Maleziji, Žoao Pesoa u Brazilu, Ho Ši Min u Vijetna-



mu, Sarajevo u Bosni i Hercegovini, Kolmar u Francuskoj, Lima u Peruu, Katanija u Italiji i **Beograd** - Srbija.

Izvor: B92

"TRADICIONALNI RECEPTI DOMAĆE SRPSKE KUHINJE"



Jedno od najnovijih izdanja za pasionirane gastrome - "Tradicionalni recepti domaće srpske kuhinje", predstavlja kapitalno delo za istoriju naše gastronomije. Ova knjiga posvećena je pripremanju hrane sa kulturnološkog, zdravstvenog i istorijskog aspekta i predstavlja podršku očuvanju tradicije i nematerijalne kulturne baštine Srbije.

Čitaoci će u ovoj knjizi moći da pronađu mnoga stara jela koja se danas nalaze na granici zaborava, koja se mogu veoma retko poručiti u restoranima a retko se spremaju i u krugu porodice. Sadrži oko 100 recepata iz svih krajeva Srbije - severne Srbije (Vojvodina), istočne, južne, zapadne i centralne Srbije. U kn-

jizi je opisan i kratak istorijat kulinarstva kod nas, a autori pišu i o značaju tradicionalnog pripremanja hrane (ispod sača, krčkanje, kuvanje, dinstanje...) za ljudsko zdravlje. "Tradicionalni recepti domaće srpske kuhinje" su dvojezično izdanje (srpsko – englesko).

Autorski tim čine: **Miodrag Ilić**, autor knjige; profesor **dr Slađana Šobajić**, autor predgovora i stručni saradnik; **Kristina Gašpar**, stručni saradnik i gastro urednik; **Snežana Kitanović**, stručni saradnik i dr. Prikupljanje tradicionalnih recepata i objavljivanja knjige, podržala je kompanija METRO Cash & Carry Srbija, u saradnji sa Privrednom komorom Srbije.

PRVO PIVO SA SLADOLEDOM

Proizvođač piva u Njujorku udružio se sa proizvođačem sladoleda da bi njihovi potrošači mogli da uživaju u pivu sa sladoledom. Reč je o čokoladnoj poslastici sa pivom pivare „Kepten Lorens“ i „Karvelovog“ sladoleda u obliku kita.

Jako crno pivo se pravi sa čokoladnim sladoledom i ima šest procenata alkohola, preneo je AP.

Pivara navodi da se pivo dobro slaže sa dimljenom hranom i čokoladnim desertima.

Prva tura Sladiše sa pivom (Fudgie the Beer) već je rasprodata, a druga se uskoro očekuje. Ovo pivo se može popiti samo u pivnici „Kepten Lorens“ u Elmsfordu u Njujorku.

Izvor: Tanjug



GROFOVSKI RUČAK

uz stihove Puškina



Pre pola veka čuveni francuski pijanista, šansonjer i glumac Žilber Beko opevao je svoju ljubav prema lepoj Ruskinji u pesmi „Natali“, koja je postala svetski hit. Prepevana je na više jezika, a kod nas i u Rusiji proslavio je Đorđe Marjanović. Ponesen umetničkom inspiracijom, Beko je pevao kako mu je Natali ispunila želju „da posete kafe Puškin, gde su pili toplu čokoladu...“ Pesma, za koju kažu da je „otopila Hladni rat“, postala je evergrin francuske šansone, a Francuzi su pohrlili u Moskvu da i sami okuse ukus tople čokolade u ovom kafeu. Ali, uzalud, takvo mesto nije postojalo sve do 1999. godine kada je preduzimljivi ruski ugostitelj francuskog porekla Andrej Delos ostvario fantaziju iz Bekove pesme.

Kafe Puškin otvoren je u baroknoj vili izgrađenoj krajem 18. veka, na Tverskom bulevaru broj 26 a, u Moskvi. Sama lokacija nije odabrana slučajno, jer je baš tim ulicama nekada davno koračao čuveni ruski pesnik Aleksandar Sergejevič Puškin. Na otvaranju je, naravno, pevao Žilber Beko, ali to je bio tek početak magije „Kafea Puškin“. Za gotovo dve decenije, koliko postoji, ovo mesto postalo je stecište ruskog džet seta, nezaobilazna stanica turista koji posećuju Moskvu i jedan od najpoznatijih restorana na svetu.

RESTORAN SA PET ZVEZDICA

„Kafe Puškin“ smešten je u vili koja je, kaže legenda, nekada davno pripadala jednom peterburškom plemiću koji je službovao na dvoru carice Katarine II. Po odlasku u penziju preselio se u Moskvu i sagradio sebi dom od čije lepote prolaznicima i danas zastaje dah. Kasnije, kuću je kupio bogati Nemač koji je u prizemlju otvorio apoteku. Delos je krajem devedestih odlučio ne samo da otvori restoran, već i da sačuva od zaborava bogatu istoriju same vile, pa se na dva sprata nalazi nekoliko sala: „Apoteka“, „Biblioteka“ i „Antersolj“, dok je na krovu letnja terasa sa koje „puca“ pogled na Tverski bulevar, Puškinov park i kupole moskovskih crkava. Enterijer sale „Apoteka“ obogaćen je raznim apotekarskim spravama kao što su vage, epruvete, bočice najrazličitijih vrsta i namena. Sala „Biblioteka“ čuva stare gravure, teleskope, globuse, klavir i više od 300 raritetnih izdanja knjiga iz poslednja tri veka. Sam restoran ima bogatu zbirku izuzetno vrednih antikviteta, a sve je upotpunjeno starinskim liftom koji nije samo ukras već služi i svojoj svrsi, a održava se s posebnom pažnjom. Nameštaj je mahom u baroknom stilu, zidovi i tavanice ukrašene su raskošnim gipsanim i pozlaćenim elementima, dok kroz ogromne prozore sunce obasjava unutrašnjost, dajući svetlost raskošnom enterijeru koji ostavlja bez reči i najprobirljivijeg gosta. Atmosfera je dopunjena nežnim notama klasične muzike, koja ističe patinu ovog restorana koji radi 24 sata dnevno.

KONOBARI RECITUJU STIHOVE

Osoblje restorana bira se sa posebnom pažnjom, a biti konobar u „Kafeu Puškin“ je stvar prestiža. Poželjno je da su slovenske krvi, svetle puti i da imaju prijatnu boju glasa. Zato što oni nisu samo konobari, već mnogo više od toga. U opisu njihovog radnog mesta je da posetiocima dočaraju Puškinovo vreme, kako izgledom, tako i govorom, pa često uče i staroruski. Obučeni su u stilizovanu uniformu, može se reći čak kostime, koji po kroju podsećaju na odeždu iz 19. veka kakvu su nosili ruski plemići. Godine i iskustvo nisu presudni, čak je poželjno da nemaju nikakvog prethodnog ugostiteljskog iskustva, jer prolaze specijalnu obuku koja traje tri meseca. Tokom obuke uče ne samo nazive, već i is-

toriju jela koja se nalaze na meniju, obučavaju se da plešu i kazuju stihove Puškina. Njihov posao je da usluže gosta, da mu priušte kompletan ugođaj i odrecituju odlomke iz Puškinovog najznačajnijeg dela – romana u stihovima „Evgenije Onjegin“.

U restoranu radi oko 80 konobara, mahom muškaraca. Žena je vrlo malo i to iz samo jednog razloga – u Puškinovo vreme konobari su uglavnom bili mladići. Jedan kelner služi samo dva stola, jer se smatra da ne može svoj posao da obavi valjano i kvalitetno ako uslužuje pola sale. Zanimljivo je da naručeno jelo do stola nikada ne donosi konobar već pomoćnik, a kelner goste samo uslužuje. On je uvek blizu gostiju, na usluzi, ali nenametljiv i diskretan. Uprava restorana je smislila

bilo kakvu, već se gostima pruža mogućnost da uživaju u specijalitetima ruskih plemića iz Puškinovog doba. Zato je trebalo izučiti i isprobati stare recepte, ali ih prilagoditi savremenim kulinarskim uslovima i ukusima. Na meniju su mahom tradicionalna



jedinstvenu filozofiju: „Naš konobar grli goste, ne dodirujući ih.“ Iako se čini da je vreme u „Kafeu Puškin“ stalo, nikada se nije dogodilo da gost ne dobije naručeno jelo tačno na vreme.

KUHINJA RUSKE ARISTOKRATJE

Meni restorana se najbolje može opisati kao kuhinja ruske aristokratije. Puni godinu dana, šef kuhinje Andrej Mahov je sastavljao jelovnik, što se pokazalo kao zahtevan i težak zadatak. Naime, želja vlasnika je bila da istoriju i tradiciju „oživi“ i kroz hranu, ali ne

ruska jela – riba, meso, predjela, čorbe uz najskuplji kavijar i tartuf... Na vinskoj karti su najkvalitetnija vina, služi se i tradicionalna ruska votka, razne vrste konjaka.

Jela se serviraju na tanjirima od najfinijeg porcelana, escajg je posebno pravljeno, a recepti... e oni se čuvaju kao najstroža tajna. Kako je rekao jedan od gostiju, hrana je izuzetno ukusna i umetnički servirana. Iako „Kafe Puškin“ važi za jedan od najskupljih restorana u Moskvi, oni koji su ga posetili tvrde da vredi svaku potrošenu rublju. Dreskod nije obavezan, ali je poželjan što se i



"Café Pushkin" was opened in 1999 in a baroque villa built at the end of the 18th century at the Tverskaya Boulevard in Moscow, where a long time ago had walked the famous Russian poet Alexander Sergeyevich Pushkin. It was opened by an adroit Russian caterer of French origin Andrey Dellos, who fulfilled the fantasy from Bécoud's song "Nathalie". For almost two decades now, this place has become a hub of Russian jet set, an inevitable tourist destination in Moscow and one of most famous restaurants in the world. Following the example of Moscow's "Cafe Pushkin", Andrey Dellos in 2010 opened the identical restaurant "Le Cafe Pouchkine" in Paris, decorated in a baroque style.

napominje gostima prilikom rezervacije mesta.

Tik uz „Kafe Puškin“ 2006. godine je otvorena poslastičarnica kao deo restorana. U ovom slatkom carstvu prave se i služe vrhunski, ručno pravljeni kolači. Enterijer ne zaostaje za restoranom, a cene su pristupačne, pa mnogi koji ne mogu sebi da priušte odlazak u restoran uživaju u poslasticama koje se tope u ustima. Razne vrste kolača, pita i kekisa služe se uz šerbet, čaj ili kafu, dok od samog pogleda na prelepo ukrašene slatkiše mnogima kreće voda na usta. U ponudi su ekleri, razne vrste museva, čokoladne poslastice, najraskošnije torte. I ovde ima skupih deserta – tako palačinke od pšeničnog ili heljedinog brašna sa specijalnim kremom od kavijara jesetre koštaju 130 evra!

„KAFE PUŠKIN“ U PARIZU

Po ugledu na moskovski „Kafe Puškin“, Andrej Delos je 2010. otvorio identičan restoran „Le cafe Pouchkine“ u Parizu na Bulevaru Hausmann. Krajem prošle godine restoran je „preseljen“ u čuvenu parisku četvrt na Trgu Madeleine, sa pogledom na istoimenu crkvu. U pitanju je jedan od najpoznatijih pariskih kvartova u kome su šćućurene radnje delkatesa, na samo deset minuta šetnje od Jelisejskih polja i Luvra.

Želeći da do nasitnijeg detalja prenese duh svog moskovskog restorana, Delos je iz Rusije doveo dekoratere, majstore i umetnike koji su pariskom objektu „udahnuli“ ruski duh. Restoran je smešten u vili na tri sprata, a podeljen je na četiri zone: bar Puškin, sala Katarine II, sala Pavlovsk i sala

Madlen. I ovaj restoran je uređen u baroknom stilu, prepun je antikviteta, a lustere i skulpture, kao i uvek, lično je birao Delos. U restoranu se mogu naručiti tradicionalna ruska jela, dok poslastičarnica nudi najpoznatije ruske i francuske kolače, među kojima su i Matrjoške koje je osmislila Nina Metajer, čuvena francuska poslastičarka koja je pre dve godine proglašena najboljom na svetu.

Na brojnim internet forumima ljudi iz celog sveta imaju samo reči hvala za moskovski i pariski restoran i poručuju: „Ako želite da se osećate kao ruski grof iz 19. veka, dođite u „Kafe Puškin“ gde će vas dočekati i uslužiti kao da ste grof.“

Dragana Petrović





VINARIJA
PIK OPLENAC



*Kako zamišljate savršen dan?
How do you imagine the perfect day?*

www.pik-oplenac.com



**GLOBAL WELLNESS
SUMMIT 2018**

Thought Leadership & the Italian Coast

Be part of the world's most important conference on the
\$3.7 trillion global wellness economy
October 6-8, 2018 | Technogym Village in Italy

And do it while sipping cappuccino in the Wellness Valley

GLOBALWELLNESSSUMMIT.COM



TURISTIČKI SVET EKSKLUZIVNI MEDIJSKI SPONZOR NAJVEĆEG SVETSKOG WELLNESS SAMITA

Turistički Svet je već treću godinu za redom jedini medijski spozor iz regiona najvećeg svetskog događaja u wellness industriji - Global Wellness Summit-a, koji će se održati od 6. do 8. oktobra 2018. u mestu Cesena u Italiji, u sedištu kompanije Technogym, jedne od najvećih svetskih kompanija iz oblasti fitness-a.

Ovaj događaj okupiće po dvanaesti put najuticajnije predavače, paneliste, akademsku elitu i najpoznatije predstavnike wellness & SPA, fitness i beauty industrije, medicine... - učesnike iz celog sveta, koji će razmenjivati rezultate najnovijih istraživanja, kao i bogata praktična iskustva, ovoga puta na temu aktuelnih uslova poslovanja i budućih trendova deset segmenata wellness ekonomije: beauty sektor, zdrava ishrana, wellness turizam, fitness i mind-body vežbe, preventivna/personalizovana medicina, prateća/alternativna medicina, wellness nekretnine, spa industija, tržište termalnih/mine-ralih izvora i wellness na radnom mestu.



Samit je poznat ne samo po eminentnim predavačima i važnim temama koje se obrađuju, već i kao događaj idealan za povezivanje top menadžera iz celog sveta, koji su za 11 godina održavanja ovog samita uspostavili dragocene kontakte, čij je rezultat uspešna poslovna saradnja u najperspektivnijoj industriji budućnosti.

Više o samom događaju na zvaničnom sajtu događaja:

www.globalwellnesssummit.com



Priušite sebi neponovljive trenutke relaksacije u Wellness i Spa centru "Sense" Instituta "Niška Banja".

Treat yourself to unrepeatable moments of relaxation at the "Sense" Wellness and Spa Center of the Niška Banja Institute.



Odvojite vreme za sebe i opustite se kroz **Anticelulit, Antistres i Kraljevske wellness pakete, Sense slim wellness program** (program redukcije telesne težine) i Happy weekend paket.



Set aside time for yourself and relax with the **Anti-cellulite, Anti-stress and Royal wellness packages, the Sense slim wellness programme** (body weight, reduction programme) and Happy Weekend package.

www.radonnb.co.rs

www.sensenb.co.rs

+381 18 502-046



BAŠ-ČELIČNI ČOVEK

Hazarder, jogi, ludak, ledeni čovek – epiteti su kojima je opisivan Wim Hof, čiji je metod u kome se kombinuju tehnike disanja, izlaganje niskim temperaturama, tehnike samokontrole uma sa fizičkim vežbama, zainteresovao hiljade pratilaca širom sveta. Hof, rođeni Holanđanin, ovaj projekat razvija poslednjih 30 godina, a benefiti su zapanjujući.

Wim Hof drži čak 26 svetskih rekorda: popeo se na Mont Everest i Kilimandžaro obučen samo u kratak šorc i cipele, istrčao je pun maraton u pustinji bez uzimanja kapi vode i hrane, proveo je dva sata potopljen u ledenoj vodi... Ove zapanjujuće poduhvate uspeo je da ostvari sa lakoćom zahvaljujući metodi koju je osmislio, a koja kombinuje tehnike disanja, izlaganje niskim temperaturama, tehnike samokontrole uma i fizičke vežbe. Naučnici su ga proučavali i otkrili da je razvio sposobnost da svojom voljom dopre do autonomnog nervnog sistema i na taj način svesno aktivira svoj imuni sistem, nešto za šta nisu znali da je uopšte moguće. Imuni sistem igra značajnu ulogu u sprečavanju nastanka gotovo svih bolesti i otkriće kako da ga svesno kontrolišemo i unapredimo može dovesti do revolucionarnih promena u savremenoj medicini.

VIZIJA – SVET BEZ BOLESTI

Wim Hof metod je naizgled sličan *Tummo* (unutrašnja toplota) meditaciji i tehnici *Pranayama* (joga disanje), ali u stvari predstavlja nešto sasvim drugačije. Iako je Wim mnogo godina praktikovao jogu i meditaciju, ova tehnika prvenstveno dolazi od nečega što on naziva “hladna surova priroda”. Izlažući se surovim uslovima u prirodi, naučio je da izdrži ekstremnu silu hladnoće, toplote i straha. Svoja znanja i iskustva pretočio je u metod koji, kako tvrdi, može svako da savlada. Prvi i osnovni deo je učen je

pravilnog disanja, koje se može opisati kao kontrolisana hiperventilacija, koja puni kiseonikom krv i ćelije, uz nekoliko joga vežbi. Zatim sledi postepeno izlaganje hladnoći. U početku to se odnosi na tuširanje hladnom vodom, da bi se nakon nekoliko nedelja prešlo na ledene kupke. Ostati pribran i smiriti um je od suštinskog značaja za uspeh i jačanje samokontrole.

Kako bi dokazao da svako može uspešno da praktikuje njegov metod, Wim je uradio studiju sa grupom univerzitetskih istraživača koja je obuhvatila 24 učesnika, podeljenih u dve grupe. Prva grupa učesnika je tokom nedelju dana pratila Wimove instrukcije i praktikovala metod, dok je druga grupa živela uobičajeno. Na kraju nedelje, svakom učesniku je ubrizgana bakterija *Escherichia coli* koja uobičajeno izaziva simptome oboljenja u trajanju od nekoliko dana. Učesnici koji su praktikovali Wim Hof metod nisu osetili nikakve simptome bolesti, za razliku od druge grupe!

BRJNI BENEFITI

Osim poboljšanja celokupnog imunog sistema, odnosno, ot-





www.turistickisvet.com



Wim Hof Method boasts thousands of followers worldwide, and combines breathing techniques, cold exposure and mindset techniques with physical exercise – techniques that the Dutch-born Hof has been developing for the past 30 years. Scientists have studied him, and he's been shown to be able to tap into his autonomous nervous system at will, and with that, to activate his immune system – something they didn't know was possible. Wim Hof Method promises profound effects: increased energy, better sleep, heightened focus and determination, improved sports performance, reduced stress levels, greater cold tolerance, faster recovery and enhanced creativity.

pornosti na bolesti, njegov metod obećava i druge suštinske efekte: povećanje energije, bolji san, povećanje fokusa i odlučnosti, unapređenje sportskih performansi, smanjenje nivoa stresa, veći prag tolerancije na hladnoću i bol, brži oporavak i veću kreativnost i proizvodnju endorfina... On objašnjava da praktikovanje tehnika disanja vežba kardiovaskularni sistem i alkalizuje krv, što pomaže kod odmora tela do povratka u stanje balansa.

- Ovaj metod je jednostavan, efikasan i pristupačan, dokazano je da dopire do najdubljih nivoa naše psihe. Odatle, čovek uči da razmišlja drugačije o sebi i da udahne više života. Hladnoća trenira vaskularni sistem i doseže do dubljih delova mozga ako se praktikuje na posvećen način i u kontrolisanim uslovima, čineći da mehanizmi

tela budu svesni vaše volje. Tu nastaje dubok osećaj za kontrolu – objašnjava Hof.

ZAŠTO ZAZIREMO OD HLADNE VODE?

Termalni izvori, fitness i spa centri nude sadržaje koji se fokusiraju na toplotu, kao što su saune, parna kupatila, bazeni sa termalnom vodom. Kupanje u toploj vodi ima opuštajući efekat, te se ljudi na prijatan način vraćaju u balans, ali nažalost efekti nisu dugoročni. Dok neki objekti imaju hladne tuševe i bazene sa hladnom vodom, veoma malo centara je posvećeno njihovom korišćenju i promociji, a za to postoji i razlog: hladna voda je često neprijatna, čak i bolna. Kada je sauna preuzeta u modernom obliku od Finaca, zapostavljen je važan segment koji se u severnim zemljama praktikuje, a to je kupanje u hladnoj vodi posle posete sauni. U našoj potrazi za komforom zaboravili smo nešto što su

Skandinavci, Rusi i Japanci znali vekovima: da naizmenično toplo i hladno kupanje može biti stimulišuće za zdravlje.

Svakako postoje mnogi psihološki i fiziološki efekti izlaganja hladnoći. Svestan izbor da ostanemo opuštteni u neugodnoj situaciji je sama po sebi moćna mentalna vežba koja gradi samopouzdanje i otpornost, što se odražava na kvalitet celokupnog života pojedinca. Postoji tražnja za uvođenjem njegove metode u spa centre uz pravilnu edukaciju. Otvorena je i akademija „Wim Hof Method Academy“ i sve je duža lista sertifikovanih instruktora širom sveta. Uvođenjem ovih praksi u spa i wellness centrima omogućilo bi se podizanje samosvesti i tehnike prevencije stresa i bolesti, što je znatno više od klasične wellness ponude.

Marija Obradović





Peđa Filipović
wellness ambasador Srbije i Crne Gore

DODIR DUŠE - AUTORSKA KOLEKCIJA PREPARATA I KOZMETIKE WAPF



U tridesetoj godini rada autorske Škole masaže Professional, kreiranja masaža i wellness koncepata Wellness Akademije Peđa Filipović – WAPF, rituala za wellness centre specijalnih bolnica, termi, hotela u Srbiji i u celom regionu, rođena je autorska kolekcija profesionalnih preparata i kozmetike **Dodir duše**. Pokriveno iskustvom, protokolima tretmana, ali i osluškivanjem želja i potreba klijenata, kroz naučno istraživanje u toku doktorskih studija u oblasti inovativnih koncepata wellnessa, iskreirana je paleta krema, ulja, pilinga za masažu lica i tela, kao i maske za tretmane. Ovi preparati, nastali u radionici duše, kreirani su da svojim kvalitetom, slojevitosti, mirisnim notama i prirodnošću, budu od pomoći svima koji svojim klijentima žele da pruže potpuno jedinstveni doživljaj masaže. Više o preparatima, njihovim svojstvima, primeni i načinu porudžbine: www.peđa-filipovic.net/prodavnica

MAGIC FACE MADEROTHERAPY WELLNESS RITUAL PRVI PUT U SRBIJI – U GRAND HOTELU TORNIK!

Sredinom juna, u Wellness & SPA centru novog ekskluzivnog **Grand Hotela Tornik** na Zlatiboru, Peđa Filipović održao je edukaciju fizio i wellness terapeuta za tri brend wellness rituala. Za sedam dana celodnevno učenja inkorporirani su:

- **Holistički antistres ritual** - u koji su utkani svi putokazi individualnog pristupa gostu, koji je postament u institucijama koje se istinski filantropski bave ljudima i čuvaju im zdravlje.



- **Hod po oblacima**- holistički ritual refleksoterapije stopala, sa elementima yoga disanja,



shi thai mobilizacije zglobova, limfne drenaže i detaljne zonalne masaže.

- **Magic face maderotherapy wellness ritual** - prvi put u Srbiji inkorporiran u wellness koncept upravo u Grand Hotelu Tornik. (Prva u regionu bila je renomirana zdravstvena ustanova Thermana Laško, u Sloveniji, svega par dana pre toga.). Ovo je posebno kreiran ritual koji, pored anti age elemenata, u sebi nosi izuzetan antistres učinak: kroz stimulacije refleksnih zona na licu balansira i harmonizuje rad svih unutrašnjih organa, ali i utiče na protok ki energije kroz energetske meridijane.



GDE SVE ŽIVI PANTHA REI WAPF

Edukaciju za autorsku limfnu drenažu PANTHA REI WAPF, koja je „rođena“ u maju 2002. godine, do sada su uspešno prošli i inkorporirali je u svoj rad, fizioterapeuti i wellness terapeuti renomiranih institucija: TERMANA LAŠKO – Slovenija, TERME OLIMIA – Slovenija, TERME TUHELJ – Hrvatska, SCANNER Studio – Zagreb, CitySpaCentar Zabok – Hrvatska, MEDICAL SPA ASOCIJACIJA CRNE GORE, UDRUŽENJE FIZIOTERAPEUTA CRNE GORE, Institut „Simo Milošević“ – Igalo (edukacija), HOTEL MEDITERAN – Bečići, UDRUŽENJE FIZIOTERAPEUTA REPUBLIKE SRPSKE, Institut „Dr Miroslav Zotović“ – Banja Luka (edukacija), PANEVROPSKI UNIVERZITET „APEIRON“ – Banja Luka (studenti fizioterapije), DEL CORPO CENTAR – Banja Luka, Hotel JELENA- Libra studio, Banja Luka, Banja Vrućica- Kardial - BiH/RS, SPECIJALNA BOLNICA ZA REHABILITACIJU „BANJA KOVILJAČA“ – Banja Koviljača, INSTITUT NIŠKA BANJA – Niška banja, RIBARSKA BANJA, PROLOM BANJA, LUKOVSKA BANJA, MERKUR – Vrnjačka Banja (terapeuti Wellness centra FONSI ROMANUS), HOTEL KRALJEVI ČARDACI SPA – Kopaonik, HOTEL SAINT TEN – Beograd, HOTEL BAH- Beograd, JAI THAI – hram tradicionalne tajlandske masaže u Beogradu, CORPORE-spa i fitness centar – Beograd, MASSAGE CLUB PROFESSIONAL – Beograd.

BANJA VRUĆICA PRVA U
REPUBLICI SRPSKOJ
OSVOJILA RITUAL



MAGIC FACE MADEROTHERAPY WELLNESS

U junu mesecu, i u renomiranoj zdravstvenoj ustanovi Banja Vrućica, biseru zdravstvenog turizma Republike Srpske, Peđa Filipović održao je edukaciju fizioterapeuta i inkorporirao tri rituala, s svojim potpisom, potpisom wellness ambasadora Srbije i Crne Gore. To su prvi duži wellness, medicinski rituali, jednako namenjeni turistima - gostima Banje, kao i pacijentima na rehabilitaciji za koje ovi tretmani nisu kontraindikovani.

Wellness rituali sa potpisom Peđe Filipovića, inkorporirani u rad terapeuta u wellness centru hotela Kardial u Banji Vrućici su:

- **PANTHA REI** - limfna drenaža, koja osim izbacivanja viška vode iz međucelijskog prostora ima i snažan efekat detoksikacije organizma. Koristi se i u okviru redukcionih dijeta, anticelulit programa, ima snažan antistres efekat i daje doprinos regeneraciji i revitalizaciji organizma,



- **AYURVEDA HERBAL SPA** - wellness ritual sa pindama napunjenim miomirisnom kombinacijom lekovitog bilja: lavande, ružmarina, đumbira, kima, morske soli. Cela čarolija ovog holističkog pristupa je posebno kreirana masaža po principima ayurvede. Ima snažan antistres efekat i dovodi do balansa kretanja životne energije kroz sve energetske kanale tela, kao i

- **MAGIC FACE MADEROTHERAPY WELLNESS RITUAL** – koji prvi put u regiji BiH/RS počinje svoj život i to u istom mesecu kada doživljava premijeru u Sloveniji, Hrvatskoj i Srbiji. Radi se o autorizovanom holističkom wellness ritualu koji u sebi sadrži elemente anti age masaže lica, refleksoterapijske i akupresurne masaže lica i indijske masaže skalpa, kao i limfne drenaže. Uz pomoć maderoterapeutskog seta ovo putovanje do središta sebe postaje nezaboravno. Ovaj tretman izuzetan je za osveženje kože, poboljšanja jedrine i podizanja tonusa mišića lica i vrata, osveženje lica i prevenciju znakova starosti kože lica i vrata, a ostavlja snažan antistres efekat na čitav organizam i harmonizuje rad unutrašnjih organa i protok ki-a kroz energetske meridijane čitavog tela.

MAGIC FACE MADEROTHERAPY RITUAL radi se sa posebno kreiranom paletom preparata visokog kvaliteta na bazi biljnog hijalurona i Colomung oila (protein iz ljuske južnoameričkog pasulja sa snažnim antiage efektom) iz kolekcije TOUCH OF SPIRIT, WELLNESS AKADEMJE PEDJA FILIPOVIC, sa uključenom termalnom vodom Vrućice u ritualu.

KALENDAR SPECIJALIZOVANIH SEMINARA WAPF:

SEPTEMBAR:

● 11. i 12. septembar - Crna Gora, Podgorica

Tel.: +382 67 522 284

● 21, 22. i 23. septembar - Republika Srpska, Banja Luka

Tel.: +387 65 618 575

● 24, 25, 26. i 27. Septembar – Slovenija, Thermana Laško

OKTOBAR:

● 5, 6. i 7. Oktobar – Hrvatska, Rijeka; Tel.: +385 95 853 5018

● 8. i 9. Oktobar – Hrvatska, Pula

Tel.: +385 98 9900 221

● 19, 20. i 21. Oktobar - Nemačka, Minhen

Nakon dogovora sa organizatorima biće dodati i ostali datumi i gradovi.

Eduktor autorizovanih specijalizovanih seminara: Peđa Filipović
Biografija i reference: www.pedja-filipovic.net/biografija-i-reference/

Manager WAPF

+381 65 411 2222

wapfmanager@gmail.com



PREPOZNATO 50 perspektivnih lokacija!



U organizaciji Pokrajinskog sekretarijata za privredu i turizam, početkom maja održana je konferencija posvećena naučnoj studiji pod nazivom „Balneološki potencijal teritorije AP Vojvodine – istraživanje resursa, multiparametarska valorizacija i pravci razvoja“. Učesnicima su se obratili potpredsednik Pokrajinske vlade i pokrajinski sekretar za privredu i turizam, **Ivan Đoković**, dok je o studiji, njenom značaju i primeni, kao i o predstojećim projektima sa Sekretarijatom, govorio **prof. dr Dejan Milenić** sa Rudarsko-geološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu.

Naučna studija „Balneološki potencijal teritorije AP Vojvodine – istraživanje resursa, multiparametarska valorizacija i pravci razvoja“ izrađena je u skladu sa planom aktivnosti i programom rada Pokrajinskog sekretarijata za privredu i turizam za 2017. godinu i predstavlja sveobuhvatnu analizu potencijala prirodnog lekovitog faktora, koja pored podzemnih voda uključuje i lekovita blata, gas i klimu kao lekoviti faktor. Sam predmet i obim istraživanja uključivao je multidisciplinarni tim stručnjaka.

- Studija o balneološkom potencijalu Vojvodine rezultat je rada od skoro godinu dana Rudarsko-geološkog fakulteta

Univerziteta u Beogradu, koji je nosilac većine evropskih projekata upravo iz ove oblasti. Prepoznali smo 50 resursa, odnosno potencijala, koji su pogodni za dalje investiranje i za izlazak na tržište. Sada predstavljamo prvi deo studije koji je definisao pomenute resurse na terenu, a kreće se i sa drugom etapom investicionog oblikovanja tih 50 lokacija. Ovo je izuzetno važna studija bez koje nema razgovora ni sa domaćim, ni sa stranim investitorima – rekao je prisutnima **Ivan Đoković**, potpredsednik Pokrajinske vlade i pokrajinski sekretar za privredu i turizam.

On je istakao da je Studija zapravo istorijski dokument koji će AP Vojvodinu učiniti prepoznatljivom turističkom destinaci-

jom, s obzirom da wellness i spa industrija generiše veliku zaradu, dok takvi sadržaji sve više privlače domaće i strane turiste. Po njegovim rečima, na samu Studiju se nadovezuju i brojni dokumenti koje je izradio Sekretarijat, poput strategije razvoja ruralnog turizma i sela, mapiranje i katastar biciklističkih staza Vojvodine ali i Program razvoja turizma Vojvodine koji je od strateškog značaja za dalji tok razvoja i ulaganja u određene turističke mikrolokalitete na teritoriji pokrajine.

Đoković smatra da ova studija ima potencijal da trasira put novim investicijama na lokacijama u kojima je evidentiran balneološki potencijal.



A conference devoted to a scientific study titled "Balneological potential of the territory of AP of Vojvodina - resource research, multi-parameter valorization and development directions" was held in early May, organized by the Provincial Secretariat for Economy and Tourism. Participants were addressed by the Deputy Prime Minister of the Provincial Government and Provincial Secretary for Economy and Tourism Ivan Djoković, while professor Dr. Dejan Milenić from the Faculty of Mining and Geology at the University of Belgrade spoke about the study, its significance and its implementation, as well as about the upcoming projects with the Secretariat.

- U Programu razvoja turizma AP Vojvodine, koji se naslanja na republičku Strategiju razvoja turizma, jedan od bazičnih turističkih proizvoda je wellness i spa industrija. Upravo će nam to omogućiti da primenom različitih vidova mera podrške počnemo da razvijamo ovaj vid turizma, koji neće biti zasnovan na specijalnim bolnicama, odnosno banjama, već će ići ka komercijalizaciji i dovođenju najvećih svetskih brendova u Vojvodinu – naglasio je Đoković.

Na teritoriji AP Vojvodine ukupno je odabrano 50 perspektivnih lokacija i, shodno tome, i prirodni lekoviti faktori koji određuju potencijal odabrane lokacije. Za svaku od lokacija urađeni su katastarski listovi sa osnovnim podacima vezanim za lokaciju s aspekta balneoloških potencijala, uz predlog načina korišćenja i eksploatacije.

Naredni projekat koji se nadovezuje na postojeću studiju, a koji će biti završen do kraja godine, vodi se, pored analiza eksploatacije potencijala, i analizama kaskadnog korišćenja banjskog resursa. Svih 50 lokacija će imati navedene sve moguće namene postojećeg resursa, što uključuje prostorno-urbanističku projekciju terena, arhitektonsko-građevinske nacрте mesta zahvatanja, analizu infrastrukturne opremljenosti mikrolokacija, „mapu puta“ za dobijanje neophodne dokumentacije i dozvola, kao i procenu ciljnih korisnika i izradu biznis planova za svaki pojedinačan slučaj.



**51. MEĐUNARODNI
SAJMOVI „LORIST“**

**3 - 7/10/2018
SAJAM LOVA
I RIBOLOVA**

**4 - 7/10/2018
SAJAM TURIZMA
SAJAM EKOLOGIJE
SAJAM SPORTA**





Ovde izvire zdravlje!

Here rises health!

U jugozapadnoj Šumadiji, ispod planina Vujan i Bukovik, u uskom klisurastom delu rečice Banja, na svega par kilometara od Čačka, smestila se, kako u prospektu piše, Atomska banja Gornja Trepča, o čijoj blagorodnoj mikro klimi, lekovitoj prirodi i moćnoj termalno-mineralnoj vodi jedinstvenog sastava – svedoče ponajviše oni koji su upravo u njoj našli lek. Zaposleni u Atomskoj banji ističu da nemaju čarobni štapić, ali njihovo stručno znanje, udruženo sa savremenom opremom, ljubaznost, iskrena briga i pažnja s kojom se odnose prema ljudima – čarolija su iz koje se izlazi s osmehom i – na svojim nogama! Ove godine Atomska banja Gornja Trepča obeležava deceniju od prve i jedine privatizacije banja izvršene aukcijom, ali jedne od najuspešnijih u Srbiji! Eto dobrog razloga za posetu ovoj banji u kojoj pouzdano izvire zdravlje i u koja sve koji u njoj borave čini boljim ljudima.

In the southwestern Šumadija, under Vujan and Bukovik mountains, in the narrow cliff of the Banja River, just a few kilometers from Čačak, is located, as stated in the prospect, Atomska banja Gornja Trepča, of whose rich micro climate, medicinal nature and powerful thermal-mineral water of unique composition – testify mostly those who found cure at this place. Atomska banja employees point out that they do not have a magic wand, but their expertise, combined with modern equipment, kindness, sincere care and attention to which they relate to people – is a spell that makes people come out with a smile and - on their feet! This year Atomska banja Gornja Trepča marks a decade since ownership transformation, the first and only spa ownership transformation performed by the auction, and one of most successful in Serbia! Here is a good reason to visit this spa where doubtless rises health and makes people feel better.



Slavko Milenković



Dr. Lidija Obradović Bursać



Bojan Babić

U Atomskoj banji Gornja Trepča, kao i u mnogim drugim banjama u Srbiji, termalna voda od pamтивека sama nalazi svoj put iz dubine zemlje, sve do 1890. kada je izgrađen jedan mali bazen za kupanje, na nekadašnjem crkvenom imanju. Početak nekakvog organizovanog korišćenja vode vezuje se za izgradnju prvog kupatila 1955. godine, što je pokrenulo razvoj, ali tek početkom 70-ih godina prošlog veka kada su u banju stigli i lekari, zahvaljujući, pre svega, čuvenom geologu doktoru Gavriloviću, koji je u vodi otkrio radioaktivne elemente i predvideo da je njena primena najadekvatnija za lečenje neuroloških i reumatoloških bolesti – kreće nagla ekspanzija banje. Dolaze ljudi iz čitave tadašnje Jugoslavije i ubrzano raste broj pacijenata, da bi 1987. godine bilo čak 18.700 pacijenata, rekord koji do danas nije ponovljen! Sa ratovima 90-tih sve je manje bilo i pacijenata i novca za ulaganje. I polako propadalo. Ali ne zadugo.

DRUGI ŽIVOT ATOMSKE BANJE

- Na sreću, 2008. godine Atomska banja je bila prva koja je privatizovana i jedina koja je privatizovana aukcijom – kaže **dr Lidija Obradović Bursać**, direktorka Specijalne bolnice za rehabilitaciju Gornja Trepča. – I tada nastaje potpuna transformacija banje. Ispostavilo se da je to jedna od najuspešnijih privatizacija u Srbiji, jer su vlasnici iz Srbije i nastavljaju da investiraju u Banju. Oko dva miliona evra uloženo je prvo u renoviranje starog stacionara, upravne zgrade i hidrot terapijskog bloka, da bi već 2010. započela gradnja modernog zdravstvenog objekta – „Vujan“. Kada je otvoren početkom 2012. u njega je uneta najsavremenija oprema, što je doprinelo da banja stekne uslove za predstavljanje na stranom tržištu, koje smo krenuli da osvajamo 2010. godine.

In Atomska banja Gornja Trepča, as in many other spas in Serbia, from time immemorial thermal water has been finding its way from the depths of the earth, until 1890 when was built a small swimming pool, on a former church estate. The beginning of some kind of water's organized use, is related to the construction of the first bath in 1955, which started the development, but only in the early 1970's when doctors came to the spa, thanks, first of all, to the famous geologist Dr. Gavrilović, who discovered radioactive elements in the water and predicted that its application would be the most suitable for the treatment of neurological and rheumatic diseases – started a sudden rapid expansion of the spa. People from all of Yugoslavia started to arrive here and the number of patients rose rapidly, so in 1987 there were 18.700 patients, which is a record that has not been repeated to this day! During the wars of the 1990's, there were fewer patients and investment money. And it started to slowly collapse. But not for long.

THE SECOND LIFE OF ATOMSKA BANJA

- Fortunately, in 2008 Atomska banja was the first that went through ownership transformation and it was the only transformation performed by the auction – says **Dr Lidija Obradović Bursać**, director of the Special Rehabilitation Clinic Gornja Trepča. – And then started complete transformation of the spa. It turns out that this was one of most successful privatizations in Serbia, because the owners from Serbia continued to invest in Banja. About two million Euros were invested first in the renovation of the old stationery, the administrative building and the hydrotherapy block, and then started the construction of a modern health facility – „Vujan“. When it was opened at the beginning of 2012, there was state-of-the-art equipment, which contributed to the fact that the spa acquired the conditions for presentation in the foreign markets, which we started to conquer in 2010.



- Dovođenje stranih pacijenata bilo je od početka deo naše dugoročne poslovne strategije – dodaje **Bojan Babić**, direktor marketinga i prodaje Specijalne bolnice Gornja Trepča. - Danas, samo osam godina kasnije, čak 30 odsto naših gostiju, od u proseku 12.000 godišnje, dolazi iz inostranstva. Najviše je još uvek pacijenata iz bivših jugoslovenskih republika i evropskih zemalja, kao i Rusije, a poslednjih godina ima sve više pacijenata i sa Bliskog istoka.

U Atomskoj banji se mnogo i pametno ulaže u marketing. Oni su prva banja koja je imala zaštitno lice – Miru Banjac. Svesni su da je neophodno animiranje tržišta, bez obzira što realno nemaju konkurenciju, jer su banje sa termo-mineralnom vodom (naročito bogatom litijumom) veoma retke. Smatraju da su vaučeri odličan potez Vlade za podsticanje potrošnje domaćih turista, ali da, nažalost, neće biti značajnog povećanja broja pacijenata ni u jednoj banji u Srbiji, sve dok se ne naprave ugovori na međudržavnom nivou o dolasku pacijenata u naše banje preko zdravstvenih fondova i osiguravajućih kuća. A to će biti moguće tek kada Srbija postane članica EU.

ZA NOVE GOSTE – ATRAKTIVNIJI SADRŽAJI

- Ipak, nema razloga da se žalimo. Imamo više od 65 odsto pacijenata koji se vraćaju iz godine u godinu, a prosek njihovog boravka je čak 11,5 dana! Zadovoljan gost i njegova preporuka – pouzdano je naš najbolji marketing! – ističe Bojan Babić i dodaje da, ipak, mnogo ulažu u osvajanje novih tržišta i da često gaze u nepoznato, ali se sve to i vraća. - Gosti su sve zahtevniji, pa iako smo se orijentisali ka medicinskoj rehabilitaciji, naš plan je polako okretanje i ka turizmu. Upravo osmišljavamo turističku ponudu u kojoj će biti dosta programa za rekreaciju – izleti, staze zdravlja, šetnje, ali i okretanje duhovnosti i poseta manastiru Vujan u neposrednoj blizini Banje.

- The bringing of foreign patients has been part of our long-term business strategy since the beginning - adds **Bojan Babić**, director of marketing and sales of the Special Clinic Gornja Trepča. - Today, just eight years later, as many as 30 percent of our guests, from an average of 12,000 a year, come from abroad. There are still a lot of patients from the former Yugoslav republics and European countries, as well as Russia, and in recent years there have been increasing numbers of patients from the Middle East.

In Atomaska banja there are many smart marketing investments. It is the first spa that had brand ambassador – Mira Banjac. They are aware that, regardless of the fact that they have no real competition, because the spas with thermo-mineral water (especially rich with lithium) are very rare, it is necessary to invest in marketing. They consider that the vouchers are a great move by the Government to stimulate the consumption of domestic tourists, but unfortunately, there will be no significant increase in patients in any spa in Serbia, until we have contracts at the interstate level on the arrival of patients in our spas through health funds and insurance companies. And this will be possible only when Serbia becomes a member of the EU.

FOR NEW GUESTS – ATTRACTIVE FEATURES

- However, there is no reason to complain. We have more than 65 percent of patients returning from year to year, and the average duration of their stay is 11,5 days! Satisfied guests and their recommendation – is our best marketing! – says Bojan Babić and adds that, nevertheless, they invest a lot in conquering new markets and that they often go into the unknown, but all of these investments return. - Guests are increasingly demanding, and although we have focused on medical rehabilitation, our plan is slowly turning towards tourism. We are designing a tourism offer that will include a lot of recreational programs - excursions, health paths, walks, as well as, turning towards spirituality and visits to the Vujan monastery near Banja.





- Banji su, pored toga, definitivno potrebni novi, atraktivniji sadržaji, jer su naši gosti sve zahtevniji. Svih ovih godina forsirali smo lečenje i oporavak, ali je u međuvremenu došlo do ozbiljnih promena – naglašava **Slavko Milenković**, direktor Atomske banje. - Tržište traži mnogo više: razne sportske terene, rekreaciju, bazen, zabavu za decu... Činjenica je da u Banju dolaze bolesni, ali povedu još nekog da ne budu sami, a taj neko traži sadržaj, traži gde da potroši novac. Realno, sada i da hoće – nema gde. Zato je u planu da se prvo napravi otvoreni bazen sa pratećim sadržajima, kao i da se izgrade moderni apartmani za goste koji traže luksuz i privatnost. Naši kapaciteti sada su: 277 postelja, 15 bungalova – 5 dvokrevetnih, 5 trokrevetnih i 5 četvorokrevetnih. Kad sve budemo zaokružili, Banja će u nekom procentu – kaže direktor – neminovno promeniti i profil gostiju.

LJUDI VELIKOG SRCA

Ali ono što se sigurno neće promeniti, a što ovu banju, pored prirodnih potencijala, moderno opremljenih smeštajnih objekata i savremene medicinske opreme, čini zaista posebnom, su zaposleni – kičma svake uspešne kompanije. Svih 75 stalno zaposlenih, kao i još toliko angažovanih tokom sezone (koja traje i do 8 meseci), obrazovani su i stručni za posao koji obavljaju ali su, pre svega, sjajni ljudi! Oni su, u stvari, najveće bogatstvo Atomske banje. Vole svoj posao i to jasno pokazuju pacijentima o kojima brinu s mnogo topline, empatije i pažnje, koja je za ove, često vrlo teške bolesnike, ponekad dragocenija od lekova. Nasmejani, pozitivni, uvek spremni za šalu, savet ili kompliment, miljenici su pacijenata sa kojima se na prvu sprijetelje a onda teško rastaju i zato se gotovo redovno – ponovo vraćaju. Sestra Danka ih sve zna gotovo poimence i svakom se obraduje k'o svom rođenom, baš kao i sestre – Vesna, Bojana, Ivana, Marina, Dušica, terapeuti zlatnih ruku – Miloš, dva Marka, Ivana, dve Ane, Boban, Zoran, Leo, Toša, Vlada..., sjajni, brižni lekari – Lidija, Tanja, Dragana, Jelena, Branka i Milan, kojima ništa nije teško ni nemoguće, i svi drugi dragi ljudi koji pacijentima čine boravak u banji lepšim, a izlečenje izvesnijim. Da lepa reč gvozdена vrata otvara, u Atomskoj banji je više nego očigledno i, pre svega, lekovito!

- This Banja, besides that, needs new, attractive features, because our guests are getting more demanding. All these years, we have focused on the treatment and recovery, but in the meantime, there have been serious changes - emphasizes **Slavko Milenković**, director of the Atomska banja. - The market demands much more: various sports fields, swimming pool, children's entertainment... The fact is that here come sick people, who bring along someone, and that other person asks for the content, asks where to spend money. That's why we plan to make an outdoor swimming pool with accompanying amenities, as well as to build modern apartments for guests looking for luxury and privacy. Our capacities are now: 277 beds, 15 bungalows – 5 with two beds, 5 with three beds and 5 with four beds. When we finish all this, Banja will in some extent inevitably change the guest profile – says Mr. Milenković.

PEOPLE WITH BIG HEARTS

But what will surely not change, and what makes this spa, apart from the natural potentials of modernly equipped accommodation facilities and modern medical equipment, quite special, are employees – the backbone of every successful company. All 75 full-time employees, as well as many more engaged during the season (lasting up to 8 months), are educated and skilled but they are, above all, great people! They are, in fact, the greatest wealth of Atomska banja. They love their job and they clearly show it to their patients of who they take care with a lot of warmth, empathy and attention, which is for these patients, sometimes more precious than medicines. Smiling, positive and always willing for make jokes, give advice or a compliment, they are much loved by the patients, they easily become friends, and then it is hard to say goodbye, so patients usually – come back. Nurse Danka knows them all and is always happy to see them, just like nurses Vesna, Bojana, Ivana, Marina, Dušica, therapists of golden hands – Miloš, two Markos, Ivana, two Anas, Boban, Zoran, Leo, Toša, Vlada..., brilliant, caring doctors – Lidija, Tanja, Dragana, Jelena, Branka and Milan, for whom nothing is hard or impossible to do, and all other dear people who make patients feel better and healing certain. The fact that a kind word opens an iron door, is more than obvious in Atomska banja, and, the most of all, therapeutic!

Ljiljana Rebronja

MAKEDONIJA – *vaša sledeća destinacija!*

Makedonija je zemlja gurmana. Osetite paletu neverovatnih ukusa koji će uvećati vaš apetit još pri prvom zalogaju. Zemlja besprekornih vina iz vremena Aleksandra Makedonskog i vekovna tradicija ribljih specijaliteta, poput poznate endemske ohridske pastrmke.

Različita jela pripremala su se i služila u različitim periodima kroz istoriju. Ali se nešto nije promenilo više od hiljadu godina: najbolje domaće vino na Balkanu pravi se baš u Makedoniji! Živeli!

Kada prođete autoput E75 kroz Skoplje, Veles, Stip, Kavadarce, Negotino, Demir Kapije i Dojran, posetite neku od 79 vinarija, i u mirisu vina koje zri zapišite tajne neotkrivene Makedonije. S timom somelijera, na zabavan, neformalan i relaksirajući način možete probati različite vrste vina u kombinaciji sa različitom hranom.



OSTANITE JOŠ JEDAN DAN, POSETITE STOBI

Stobi je, bez sumnje, jedan od najkarakterističnijih, najupečatljivijih i najpoznatijih antičkih gradova na teritoriji Makedonije. Ovaj lokalitet je nezaobilazni deo za svakoga ko želi da se upusti u arheološku avanturu, da pogleda kulturne vrednosti antičkog sveta i da uživa u predivnom pogledu na prirodu. Veliki broj otkopanih spomenika, koji su jedinstveni po svojoj lepoti, predstavljaju tihe svedoke o životu u praistorijskom i helenskom periodu, a objekti i građevine u urbanom kompleksu ukazuju da je Stobi predstavljao značajan urbani, vojni, administrativni, trgovački i verski centar rimske i ranovizantijske imperije.

Zbog svog povoljnog geografskog položaja, Stobi je predstavljao raskršće antičkog sveta, te ne čudi što tamo srećemo mnogo kulturnih uticaja koji su dolazili od juga ka severu i sa severa ka jugu. U rimsko doba, Stobi je prerastao u glavni grad provincije Macedonia Secunda, a imao je i vlastitu kovačnicu novca. Kasnije je postao značajan hrišćanski centar i sedište episkopije. Episkopska bazilika, antički teatar, teodosijanska palata, kuća Poliharma, veliko kupatilo i mnogo drugih relikvija bogate istorijske prošlosti neće vas ostaviti ravnodušnim: baciće vas u naručje istorije i oduzeće vam dah svojom lepotom.



Macedonia
your next
destination
www.macedonia-timeless.com



**Take a break by the
coast of Dojran Lake**

Onlajn BRENDIRANJE gradova

Brendiranje gradova putem društvenih mreža postala je nezaobilazna strategija komunikacije, stvaranja doživljaja i dugoročnih odnosa sa postojećim i potencijalnim posetiocima turističkih destinacija. Ajfelov toranj smatra se najprepoznatljivijim simbolom Pariza, dok je najprofitabilniji brend ovog grada Diznilend, a Londona – Hari Potter.

Izgradnja snažnog i autentičnog brenda jedan je od glavnih, ali i najtežih zadataka u poslovanju kompanija. Tržište zahvaćeno globalizacijom iziskuje precizno izgrađene asocijacije i prepoznatljivost brenda u svesti potrošača. Turistička industrija prepoznala je značaj, ali i složenost i dugotrajnost samog procesa brendiranja. Onog trenutka kada se stvore pozitivne asocijacije i osećanja vezana za neki grad, odnosno turističku destinaciju, može se govoriti o uspešno izgrađenom brendu.

Napredak brendiranja turističkih destinacija uočljiv je pod uticajem moderne tehnologije, pogotovo Interneta. Doba digitalizacije i sve češća zastupljenost društvenih mreža kao dominantnog izvora informacija u svim delatnostima, pa i u turizmu, nametnuli su prisutnost kompanija u virtuelnom svetu. Imajući u vidu svakodnevni rast korisnika društvenih mreža, brendiranje gradova putem socijalnih mreža postala je nezaobilazna strategija komunikacije, stvaranja doživljaja i dugoročnih odnosa sa postojećim i potencijalnim posetiocima turističkih destinacija.

PARIZ JE UVEK DOBRA IDEJA

Prema sprovedenim istraživanjima u 2011. godini, Pariz je zauzeo prvo mesto kao najbolji grad-brend na svetu. Takođe, proglašen je najposećenijom turističkom destinacijom sa 32,3 miliona turista u 2013. godini. Međutim, posmatrajući statistike novih istraživanja tokom 2016. godine, usled terorističkih napada koji su se dogodili, Pariz je izgubio 1,5 miliona turista, što se na francusku ekonomiju odrazilo sa 1,3 milijarde gubitka. Iako su teroristički napadi i nestabilno stanje uticali na turizam, evropski gradovi trude se da očuvaju i unaprede postojeći imidž i reputaciju.





O tome govore istraživanja koja Ajfelov toranj stavljaju na prvo mesto kao najisplativiju građevinu u Evropi, koja je francuskoj ekonomiji u prošloj godini donela 435 miliona evra. Ajfelov toranj smatra se najprepoznatljivijim simbolom Pariza, samim tim najčešće je korišćeno sredstvo za proces izgradnje brenda i uspostavljanja komunikacije sa ostatkom sveta.

Ajfelov toranj korišćen je u mnogim kampanjama putem društvenih mreža kao što su Instagram, Twitter i Facebook. Kampanje su često uključivale veliki broj ljudi i razmenu njihovih ideja, mišljenja i osećanja povodom različitih kulturnih i sportskih dešavanja u francuskoj prestonici koristeći ovu građevinu na društvenim mrežama. Međutim, veliki broj kampanja imao je i društveno odgovornu ulogu. Usled terorističkih napada koji su se dogodili u Barseloni 17. avgusta 2017. godine, Pariz, kao žrtva nekoliko napada

u nizu tri godine ranije, iskazao je žaljenje zbog nastradalih i povređenih kampanjom na društvenim mrežama. Ajfelov toranj isključio je osvetljenje u noći nakon napada, i pod "heštegom" #BarselonaAttack ukazao na veliki problem savremenog sveta i iskazao solidarnost sa građanima Barselone. Ovoj kampanji pridružio se veliki broj svetskih gradova.

UČITI OD DIZNILENDA!

Najprofitabilnijim brendom Pariza smatra se Diznilend, što svakako ne izaziva čuđenje s obzirom na inovativnost, održavanje kvaliteta i poštovanje poverenja posetilaca, ali i primenu izuzetno kreativnih marketinških rešenja. Svi profili Diznilenda putem kojih se vrši komunikacija sa pratiocima na društvenim mrežama beleže milionske posete. Svoje bezvremenske, zanimljive i inspirativne priče (storytelling), uspevaju da implementiraju na društvene mreže

putem različitih objava, slika, nagradnih igara, takmičenja, i na taj način ostvare dvosmernu komunikaciju sa svojim pratiocima. Dobrih primera iz prakse na društvenim mrežama je mnogo, s obzirom na ažurnost tima za društvene mreže. Kako bi dodatno aktivirao svoje posetioce, marketing tim je sakrio prikaze Mikija Mause po celom Diznilendu i zadatak posetilaca je bio da ih pronađu i podele na što većem broju društvenih mreža. Na ovaj način, uključio je izuzetno veliki broj posetilaca u specifičnu avanturu i dao im osećaj pripadnosti zajednici, stvorio satisfakciju posetilaca i specifično iskustvo. Posetioci su nakon toga svoj jedinstveni doživljaj delili putem slika i komentara sa velikim brojem pratilaca. Uključivanjem posetilaca u proces stvaranja i promovisanja brenda, Diznilend ih je načinio svojim brend ambasadorima.

HARI POTER – NAJSKUPLJI FILMSKI BREND

Najpopularniji čarobnjak svih vremena i njegovi prijatelji „procenjeni“ su na skoro 15 milijardi dolara i na taj način ovaj filmski serijal postao je jedan od najskupljih kinematografskih brendova svih vremena.

Na društvenoj mreži Twitter, povodom 20 godina od nastanka Harija Potera, ljubitelji i verni pratioci iskazali su različit





Branding cities through social networks has become an inevitable strategy of communication, creating experience and long-term relationships with existing and potential visitors to tourist destinations. The Eiffel Tower is considered the most recognizable symbol of Paris, while the most profitable brand of this city is Disneyland, and of London – Harry Potter.

osećanja i zahvalnost za uticaj koje je ovo delo izvršilo na njih tokom odrastanja. Pod tagom #HarryPotter20 u prva 24 časa više od 60 hiljada objava pušteno je u etar.

Takođe, Twitter je povodom ovog događaja uveo nove emotikone njegovih poznatih okruglih naočara i ožiljka koji je Hari Poter imao na čelu. Facebook je dao opciju „magije“ na svačijem zidu ukoliko u bilo kojoj objavi ili komentaru pomene Harija Potera ili čuvenu Hogvarts školu. Snapchat, kao još jedna društvena mreža koja je u neverovatnoj ekspanziji u poslednje vreme, dala je mogućnost svojim korisnicima da na svom licu na fotografiji dodaju naočare i ožiljak na čelu po ugledu na slavnog dečaka i vrate se u dane detinjstva.

Turističku turu obilaska Londona „stopama Harija Potera“ moguće je posmatrati kao izuzetno uspešan marketinški potez za

privlačenje turista, brendiranje grada i stvaranje posebnog doživljaja Londona posmatrajući ga kroz „naočari čarobnjaka“.

TURISTI, VRATITE SE SVOJIM KUĆAMA!

Barcelona se, pored nekolicine gradova, suočava sa nesrazmernošću kapaciteta smeštaja i turista koji svakodnevno borave u gradu. Lokalno stanovništvo zabrinuto je za kvalitet svog svakodnevnog života i na razne načine to ispoljava. Na ulicama grada osvanuli su različiti grafiti, koji su kasnije bili objavljeni i na društvenim mrežama.

Nezadovoljstvo lokalnog stanovništva potpuno je razumljivo i opravdano, s obzirom da im kvalitet i sigurnost života mogu biti ugroženi, međutim, ovakve poruke upućene postojećim i potencijalnim turistima mogu se odraziti negativno na imidž grada i uzdrmati poverenje i lojalnost mnogih turista, ali takođe mogu negativno uticati na percepciju

ju turista i stvoriti predrasude o stanovnicima Barcelone.

Ponuda turističke destinacije koja može da stvori „nezaboravne trenutke“, kao i konstantna prisutnost na društvenim mrežama deo su uspešnog turističkog brenda. Kvalitet i ono što određenu destinaciju čini specijalnom za posetioca ogleda se u stvaranju posebnog doživljaja, emocionalne vrednosti i na taj način stvara se lojalnost, poverenje i privrženost destinaciji.

Ne postoji jedinstveni „recept“ za uspešno poslovanje, međutim, krajnji sud o brendu donose upravo posetioci destinacije. Zato je izuzetno važno održavati konstatnu komunikaciju i istraživati stavove, želje i zahteve u pogledu identiteta, imidža i reputacije, gde se zbog svoje prirode i uticaja, društvene mreže nameću kao nezaobilazni deo poslovanja turističke destinacije.

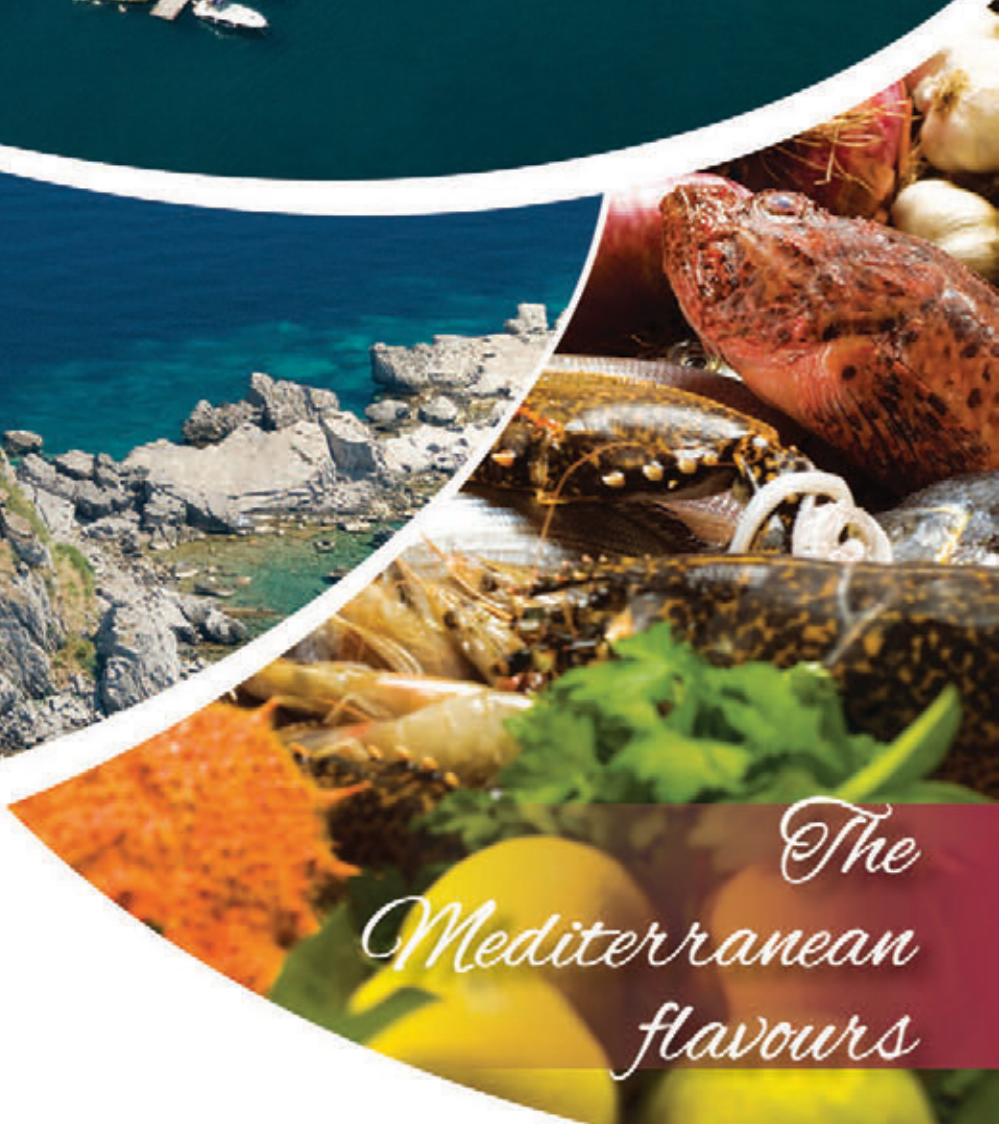
Milica Bikić

MONTENEGRO



The soul of Adriatic

*The heritage
of centuries*



*The
Mediterranean
flavours*

SRBIJA NA PUTU KULTURE „Transromanika“

Transromanika kulturno-turistički put Saveta Evrope je međunarodna organizacija za promociju i valorizaciju romaničke umetnosti, s ciljem da se romanički lokaliteti uključe u turističku ponudu zemalja u kojima postoje. U ovu organizaciju, Srbija se zvanično uključila u novembru 2007. godine. Na putu kulture „Transromanika“ nalaze se: Nemačka (Saksonija-Anhalt), Španija (regija Kastilja i Leon), Francuska (Burgundija), Italija (provincije Asti, Pavija i Modena), Austrija (Karintija), Portugalija (Tamega i Susa) i Rumunija (Transilvanija), a Srbija je uključena sa svojih pet manastira sa osobinama umetnosti romaničkog perioda - Žiča, Studenica, Gradac, Sopoćani i Đurđevi Stupovi.

Turistička organizacija Srbije i ove godine predstavlja put kulture „Transromanika“ u novom broju „Informatora o turističkoj ponudi na putu kulture Transromanika“ („Transromanica Sales Manual“) u kojem se pored opisa manastira na putu kulture i opšte turističke ponude Srbije, predstavljaju i programi putovanja koji turistima daju predloge za obilazak navedenih manastira sa pratećim aktivnostima.

SERBIA ON THE CULTURE ROAD „TRANSROMANICA“

Transromanica cultural –tourism road of the European Council is an international organization for promotion and valorisation of Romanesque art, with the aim to include Romanesque sites in the tourism offer of the countries in which they exist. Serbia officially entered this organization in November 2007.

On the culture road Transromanica are: Germany, Spain, France, Italy, Austria, Portugal, Romania, and Serbia is included with its five monasteries with art characteristics of the Romanesque period – Žiča, Studenica, Gradac, Sopoćani and Đurđevi Stupovi.

The Tourism Organization of Serbia presents this year's culture road Transromanica in the latest issue of „Transromanica Sales Manual“, in which are presented monasteries descriptions, dedicated tours and basic Serbian tourism offer.



Sopoćani; Foto: Dragan Bosnić



Žiča; Foto: Dragan Bosnić



Studenica; Foto: Dragan Bosnić



Gradac; Foto: Dragan Bosnić



Nemanjina 1/2
36350 Raška
036/738 670
036/5471-333

www.raska-turizam.rs
www.lovekopaonik.com

25 GODINA TRAJANJA

Najznačajnija kulturna manifestacija u Raški „Raške duhovne svečanosti“, koja se održava od 15. do 19. avgusta, ove godine slavi važan jubilej – četvrt veka trajanja.

Sastavni deo manifestacije je Međunarodna likovna kolonija „Akademija Jelena Anžijska“ koja se održava sredinom jula u inspirativnom okruženju srednjovekovnog manastira Gradac. Od pre nekoliko godina, u prepodnevним satima, organizuju se i dečije svečanosti.

Izdvojićemo i učesnike ovogodišnjeg muzičkog programa: Rade Šerbedžija, Miroslav Tadić i Yvette Holzwarth, Youn Woo Park Trio iz Južne Koreje, Orkestar Jorgosa Jorgopolosa iz Grčke, Kamerni orkestar Anima Musicae iz Mađarske. Deo programa posvetićemo velikanima kulturne scene u Srbiji – dosadašnjim dobitnicima priznanja „Stefan Prvovenčani“ koje se na svečanostima dodeljuje od 2000. godine za izuzetan doprinos srpskoj kulturi. Manifestaciju organizuju Centar za kulturu Gradac i Turistička organizacija Raška. **PR**

RAŠKA'S SPIRITUAL FESTIVAL

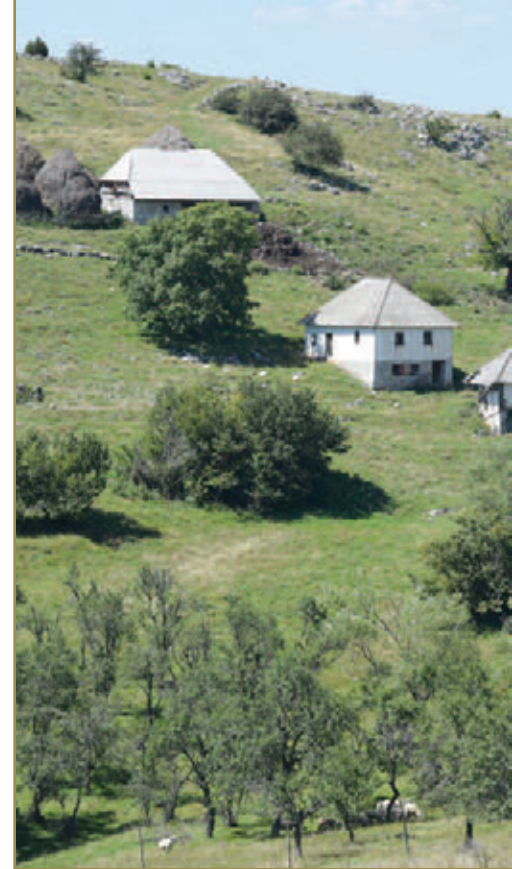
25 YEARS LONG TRADITION

The most important cultural event in Raška "Raška's spiritual festival", which is held from August 15th to 19th, this year celebrates an important jubilee – a quarter of a century of existence. An integral part of the event is an international art colony, children's festivities, a rich musical program, as well as a program dedicated to the winners of the "Stefan Prvovenčani" Award. The festival is organized by the Cultural Center Gradac and the Tourist Organization of Raška.



UVAC – mesto povratka Sebi

Kada sam prvi put videla fotografije Uvca, moje oduševljenje je bilo toliko da nisam verovala da se to fascinantno mesto uopšte nalazi na Zemlji, naročito ne na nekoliko sati vožnje od Beograda. Na sličan način reagovao je i veliki broj mojih prijatelja iz svih krajeva sveta na moje fotografije sa Uvca, ali ono što nijedna fotografija ne može u potpunosti da dočara, jeste osećaj mira i povezanosti sa prirodom, sa izvorom koji se nalazi negde duboko u nama. U skladu s tim i jedno od najposećenijih, nadasve posebnih mesta je vidikovac „Molitva“. Upravo na tom mestu, sa kojeg može da se sagleda sva lepota, snaga i stvaralačka moć prirode, kao u ogledalu možete da sagledate i unutrašnju lepotu u sebi i povežete se sa svojom dušom.



A place of return to the Self

When I first saw the Uvac's photos, I was so astonished that I did not believe that this fascinating place was on the Earth at all, and especially just a few hours away from Belgrade. In a similar way, a large number of my friends from all over the world have reacted to my Uvac' photos, but what no photo can fully demonstrate, is the sense of peace and connectivity with nature, connection with a source somewhere deep in us. Accordingly, one of most visited and above all special places is the "Molitva" viewpoint. In this place, from which you can see all the beauty and creative power of nature, as in the mirror, you can also see the inner beauty within you and connect with your soul.





The Uvac mountain river, 120 km long, is the largest tributary of the Lim River. Its large hydroelectric potential was used to form three dams and three artificial lakes, while a part of the Uvac River canyon was proclaimed as Special Nature Reserve in 1971. The Uvac River is curving through the limestone rocks, forming enchanting meanders like the maze and in a large part of its course has a characteristic green colour. The coast adorns the forests of spruce and birch, as well as numerous slopes and meadows, and their colours and softness simply „call“ to sprawl and direct the view towards the sky and fading clouds...

KINGDOM OF THE GRIFFON VULTURE

Definitely one of the most beautiful places in Serbia, in the southwest of the country, between the mountains Javor and Zlatar, the meanders of the Uvac River are a home, and also the kingdom of the magnificent bird – Griffon Vulture, one of two remaining vulture species which nests in Serbia, which is also a symbol of the canyon of the Uvac River. This endemic bird species, a carnivore eating only meat of dead animals, has an extremely important role in the food chain and in maintaining the natural balance of ecosystems. About twenty years ago,

Planinska reka Uvac, dužine 120 km, najveća je pritoka reke Lim. Njen veliki hidroenergetski potencijal upotrebljen je za formiranje tri brane i tri veštačka jezera, dok je deo kanjona reke Uvac još 1971. godine proglašen za Specijalni rezervat prirode. Reka Uvac se vijugavo probija kroz krečnjačke stene, formirajući očaravajuće meandre poput lavirinta i u velikom delu svog toka ima karakterističnu zelenu boju. Obalu krase šume omorike i breze, kao i brojni proplanci i livade, a boje i mekoća kojom odišu, prosto mame da se opružite i usmerite pogled ka nebu i pahuljastim oblacima...

KRALJEVSTVO BEGLOGLAVOG SUPA

Definitivno jedno od najlepših mesta u Srbiji, na jugozapadu zemlje, između planina Javor i Zlatar, meandri reke Uvac dom su i utočište, ali i kraljevstvo veličanstvene ptice - Beloglavog supa koji je i simbol kanjona reke Uvac. Ova endemična vrsta ptica, lešinar koji se hrani samo mesom uginulih životinja, ima izuzetno važno mesto u lancu ishrane i održavanju prirodne ravnoteže ekosistema. Pre dvadesetak godina pretiła je opasnost da ova vrsta izumre, ali zahvaljujući Fondu za zaštitu Beloglavog supa, broj se sa 7 povećao na oko 300 primeraka, koliko se procenjuje da sada nastanjuje područje kanjona.

Zanimljivo je da ovaj „nebeski kralj“ čiji raspon krila doseže i do 3 metra, ima samo jednog partnera za ceo život i čak i ako se desi da jedan od partnera ranije uquine, drugi partner ostaje sam do sopstvenog uginuća. Ženke legu samo jedno jaje godišnje i oba partnera se ravnopravno brinu o mladunčetu. Mnoge lekcije o posvećenosti, privrženosti i ravnopravnosti kao i o životnim vrednostima mogle bi se naučiti od ove veličanstvene ptice, a zato je i ptić ove vrste supa





po imenu Srećko uzet za maskotu Olimpijskog tima Srbije, sa željom da njegova istrajnost, snaga i brzina inspirišu i ohrabre naše olimpijce. Pored Beloglavog supa, Uvac je stanište za još 100 vrsta ptica, kao što su suri orao, planinski puzgavac, vodomar i druge.

Kada se Beloglavi supovi pojave i prekriju deo neba iznad kanjona Uvca, ne možete da spustite pogled od oduševljenja i imate želju da zapamtite i zabeležite svaki pokret krila. Imala sam tu sreću da se pojedini veličanstveni primerci nađu u fokusu objektivnog fotoaparata, a osećaj kao da su nam se susreli pogledi je nešto što je ostavilo najupečatljiviji utisak.

NETAKNUTA PRIRODA NEPROCENJIVE LEPOTE

Poseban doživljaj koji bukvalno ostavlja bez daha i reči, jeste kada se nađete na samoj reci, bilo da ste u brodiću ili čamcu, da plovite, plutate ili veslate sami u kajaku. To iskustvo nikako ne treba propustiti jer se beleži u sam genetski kod, a slike, zvuci i osećaji koji vas obuzmu - u potpunosti će oplemeniti vaš život. Taj osećaj povezanosti, jedinstva sa svim što vas okružuje možete doživeti samo u ovako čistoj, netaknutoj prirodi. Aktiviraju se sva vaša čula i upijate svaki trenutak ove

there was a danger of this species' extinction, but thanks to the Protecting Fund, the number rose from 7 to about 300.

It is very interesting that this "king of the sky", whose span of wings reaches up to 3 meters, has only one partner for a lifetime, and even if one of the partners dies earlier, the other partner remains alone until his own death. Females lay only one egg annually, and both partners take care of the cubs equally. Many lessons about dedication, attachment and equality as values of life could be learned from this magnificent bird, and that is why the cub of this bird species named Srećko was taken for the mascot of the Serbian Olympic team, with the desire to inspire and encourage our Olympians to determination, strength and speed. In addition to the Griffon Vulture, the Uvac is a home of another 100 birds species, such are a Dry Eagle, a Mountain Swamp and others.

When Griffon Vulture birds appear and cover a part of the sky above the Uvac canyon, you cannot stop looking up and you have the desire to remember and record each movement of their wings. I was fortunate to catch a few magnificent representatives of this species through focus of my camera lenses, and the feeling as we had an eye-contact, was something that I will never forget.

UNTOUCHED NATURE OF PRICELESS BEAUTY

A special experience that literally leaves person breathless and speechless is when you find yourself on the river, whether you are in a boat sailing, floating, or kayaking. This experience should not be missed because it is recorded

UVAC SPECIAL NATURE RESERVE



neprocenjive lepote, potpuno prisutni, sa punim fokusom na ono što doživljavate.

Ploveći rekom otvara vam se jedinstvena prilika da otkrijete i dugo čuvane tajne Uvca - pećinski sistem od oko 6 km, u kojem je najveća Ledena pećina, sa konstantnom temperaturom tokom godine od +8°C. Ovu pećinu krasi fantastične dvorane i hodnici ukrašeni specifičnim pećinskim nakitom, kojim se na svakom koraku oduševite. Izuzetno poučno iskustvo, a i dobra prilika da se, ako posećujete Uvac, leti malo rashladite i osvežite.

Kanjon reke Uvac je destinacija na kojoj će svako pronaći ono što mu je potrebno – odmor, inspiraciju, motivaciju, zabavu, razonodu, rekreaciju, avanturu, izazov i na kojoj će istraživati, umetnički se izražavati, baviti se sportom, opuštati, uživati ali, pre svega, i najviše od svega – vratiti se Sebi.

*Tekst i fotografije: Jelena Jović,
slobodni putopisac i fotograf
Facebook: JJ Travel
Instagram: #jjtravelblog
Blog: www.jjtravelblog.com*

in the genetic code itself, and pictures, sounds and feelings that capture you - will fully enrich your life. You can experience this sense of connection, unity with everything that surrounds you, in this pure, untouched nature. All your senses are activated and you absorb every moment of this invaluable beauty, completely present, with a full focus on what you are experiencing.

Boating offers you a unique opportunity to discover the long-kept secrets of the Uvac - a cave system of about 6 km, where the largest is called the Ice Cave, with a constant temperature during the year of + 8 °C. This cave is full of fantastic halls and corridors decorated with specific "cave jewellery", which at every beam of the flashlight delight you. It is an extremely educational experience, and also a good opportunity, if you are visiting the Uvac in summer, for a little refreshment and cooling down.

The Uvac River Canyon is a destination where everyone will find what they need - rest, inspiration, motivation, entertainment, leisure, recreation, adventure, challenge and possibility to explore, do some art, engage in sport, relax, enjoy, and above all - to return to the Self.

*Text and photos: Jelena Jović,
Travel writer and photographer
Facebook: JJ Travel
Instagram: #jjtravelblog
Blog: www.jjtravelblog.com*

Tamo gde Tisa ljubi Dunav...

A place where the Tisa kisses the Danube...

Najstarije naselje indijske opštine – Stari Slankamen, smešteno je na obroncima Fruške gore, nedaleko od ušća Tise u Dunav. Prvi zabeleženi naziv ovog naselja – Akuminkum, pominje se još u vreme Rimljana i to po istoimenom obližnjem utvrđenju, dok je aktuelno ime dobilo po lekovitom izvoru slane vode „Slanača“, koji je korišćen još u vreme Turaka.

O tome i danas svedoče ostaci hamama – jednog od retkih očuvanih turskih kupatila u srednjoj Evropi. Vremenom, Slankamen je postao poznato lečilište, u kom su podignuti Veliki i Mali hotel, a kasnije i specijalna bolnica, te ne čudi što je upravo ovo mesto začetnik razvoja turizma u opštini Indjija.

HAMAM U VINARJI

Sve je počelo tako što su, u blizini izvorišta, tokom XVI veka Turci izgradili hamam – slano kupatilo, čiji se ostaci i deo originalne dekoracije zidova i danas mogu videti u sklopu obližnje vinarije „Acumincum“.

Ova vinarija specifična je i po tome što se nalazi u najstarijoj kući u Starom Slankamenu, podignutoj 1759. godine kao župni dom katoličke crkve. U 19. veku kuća postaje vlasništvo bogate lokalne porodice Mrkšić, a sadašnji vlasnici vinarije Milan i Snežana Spasić, svesni važnosti ovog zdanja, predano čuvaju njenu bogatu tradiciju. Zanimljivo je i to što Spasići ovde proizvode isključivo crvena vina, od grožđa iz sopstvenog

The oldest settlement in the Municipality of Indjija – Stari Slankamen, is situated on the slopes of Fruška Gora, near the confluence of the River Tisa in the River Danube. The first recorded name of this settlement – Acumincum, was mentioned during the Roman times, named after nearby fortress, while the current name originated from the healing spring of salty water „Slanača“, which was used back in the time of the Ottoman Empire.

As a testimony of rich history stand the remains of hammam – one of the rear preserved Turkish baths in the Central Europe. In time, Slankamen had become a famous spa, where were built Big and Small Hotels, and later the special hospital, so it is not surprising that this place was a starter of tourism development in the Municipality of Indjija.

HAMAM IN THE WINERY

It all began when, near the spring, during the XVI century the Ottomans built hammam – salty spa, whose remains and part of the wall decoration can be seen even today, within nearby winery „Acumincum“.



vinograda, a kako bi očuvali što prirodniji ukus vina, ono ne odležava u baricima nego u modernim inoks buradima.

CRKVA STARIJA OD PET VEKOVA

Osim po dobrom vinu i slanim izvorima, Stari Slankamen je čuven i po jednom od najstarijih pravoslavnih hramova u Sremu – crkvi Svetog Nikole, koja je 22. maja ove godine proslavila 550 godina postojanja. Iako nema sačuvanih pisanih izvora kada je crkva podignuta, veruje se da je sagrađena 1468. godine. Legenda kaže da je Vuk Grgurević – čuveni Zmaj Ognjeni Vuk, unuk despota Đurđa Brankovića, iz Titela bacio buzdovan, i na mestu gde je pao, Grgurević je sagradio ovu crkvu, koja je od 1948. godine pod zaštitom države kao spomenik kulture od izuzetnog značaja.

Njena kulturno-istorijska vrednost je u tome što predstavlja obrazac prema kome su građene crkve u Sremu. Takođe, u njoj su u drugoj polovini 15. i početkom 16. veka prepisivane crkvene pravoslavne knjige. U tom periodu živopisana je i unutrašnjost crkve, a danas je sačuvana samo jedna freska – Tri Jerarha. U njoj je sačuvan i ikonostas iz 1764. godine – delo poznatog aradskog slikara Stefana Teneckog. U crkvi se nalazi i vredna ikona Bogorodice sa Hristom, rad Teodora Kračuna iz 1770. godine, koja se smatra jednom od njegovih prvih ikona. Crkva je više puta rekonstruisana i menjala svoj izgled, te je nekadašnja kupola zamenjena zvonikom koji je danas znak prepoznavanja Starog Slankamena.

LESNI PROFIL I REČNO BOGATSTVO

Još jedna znamenitost ovog naselja su i lesni profili, koje naučnici proučavaju već tri veka unazad. Reč je o geološkom lokalitetu – slojevima lesa koji su se hiljadama godina taložili i razlikuju

This winery is special because it is situated in the oldest house in Stari Slankamen, built in 1759 as the Catholic Church parish house. In the 19th century, rich local family Mrkšić bought the house, and today's owners of the winery Milan and Snežana Spasić, aware of the importance of this building, devotedly preserve its rich tradition. It is also interesting that the Spasić family produces exclusively red wines here, from grapes from their own vineyard, and in order to preserve as much natural taste as possible, wine is not kept in barrigue, but in modern inox barrels.

THE CHURCH MORE THAN FIVE CENTURIES OLD

Except for quality wine and salty springs, Stari Slankamen is famous for the one of oldest Christian Orthodox temples in Srem – St. Nikola's Church, which marked 550 years of existence on May 22nd this year. Although there are no preserved written sources of the time the church was built, it is believed that it was built in 1468. The legend says Vuk Grgurević – famous Zmaj Ognjeni Vuk, a grandson of despot Đurađ Branković, threw a mace from the town of Titel, and on the place it fell, Grgurević built this church, that is since 1948 under the state protection as a cultural monument of great importance.

Its cultural and historic value lays in the fact that it represents a pattern by which churches were built in Srem. Also, this was the place where, in the second half of the 15th and the beginning of the 16th century were copied Orthodox Church books. In that period was painted the interior of the church, and today exists only one fresco – Tri Jerarha. There is also preserved iconostasis from the 1764 – made by Arad's painter Stefan Tenecki. Also there is a valuable icon of the Virgin with Christ, made by Teodor Kračun from the 1770, which is considered as one of his first icons. The church was reconstructed several times and its appearance changed, so its former dome was replaced by the belfry, now the landmark of Stari Slankamen.

LOESS PROFILE AND RIVERS FULL OF FISH

Another landmark of this settlement is loess profile, studied by the scientists for three centuries. It is a geological site – layers of loess that had been accumulating for thousands of years. These layers are different in colour





se po bojama, čime ukazuju naučnicima kako se menjala klima tokom proteklih 800 hiljada godina, pokazujući smenu ledenih doba. Ovaj lokalitet je jedan od tri u svetu i jedini u Evropi, zbog čega je izuzetno značajan.

Kod Starog Slankamena se reka Tisa uliva u Dunav i deli ovaj region na tri dela: Srem, Banat i Bačku. Obe reke su plovne i bogate jestivom ribom. Upravo tu alasi love kapitalne primerke soma, smuđa, šarana...

A Tisa je poznata i po neobičnoj pojavi „cvetanja“ sredinom juna, kada se iz čaure budi neobični insekt tiski cvet, koji zbog nepostojanja digestivnog trakta, živi samo tri dana, kada na vodi odigra svoj ljubavni ples i gine.

Za ovu reku vezuje se još jedna misterija – smatra se da tu, u njenim dubinama, počiva čuveni hunski vojskovođa Atila, zajedno sa celokupnim svojim blagom, za kojim i danas tragaju brojni svetski pustolovi.

Tekst: Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Nenad Šone Mihajlović

indicating to the scientists how the climate had changed over the past 800 thousand years and also showing the shift of the Ice Age. This site is one of three in the world and the only one in Europe, which is why it is extremely important.

In the vicinity of Stari Slankamen, the River Tisa flows into the River Danube and divides this region into three parts: Srem, Banat and Bačka. Both rivers are suitable for sailing and full of fish. At this place fishermen catch trophy specimens of catfish, perch, carp...

And the Tisa is known also for its unusual phenomenon of „bloomng“ in mid-June, when unusual insect called Tisa's flower comes out from its cocoon. This insect lives only three days because of the lack of digestive tract, so it performs its love dance on the water and then dies.

Another mystery is linked to this river – it is believed that, at its depths, rests the famous Attila the Hun, together with all his treasure, which even today, many world adventurers are still searching for.

Text: Biljana Bosnić Ognjenović

Photo: Nenad Šone Mihajlović



PROCVAT VRNJAČKE BANJE

Ususret proslavi jubileja: 150 godina organizovanog bavljenja turizmom, Vrnjačka Banja se ubrzano uređuje i ulepšava. Tako će 2018. u istoriji Vrnjačke Banje, biti zapamćena kao godina najvećeg progressa, jer se u banji nikad nije istovremeno toliko gradilo: stotine radnika vredno radi na rekonstrukciji hotela „Slavija“, „Fontana“, „Park“, na izgradnji „Merkurovog“ novog hotela „Splendor“, na obnovi Promenade, sportske infrastrukture, na kilometrima putne infrastrukture, na rekonstrukciji doma zdravlja, na izgradnji gimnazije...

Za Dan opštine - 14. jul, Vrnjačka Banja će dobiti novu turističku atrakciju – vodopad koji će se slivati sa Crkvenog brda na Trgu kulture. U izgradnju vodopada, pešačkih staza i rekonstrukciju Promenade od vile „San“ do restorana „Istra“, lokalna samouprava i Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija uložili su oko 110 miliona dinara. Novo šetalište bljesnuće u punom sjaju sa desetak hiljada kvadrata kocki, kao i sa novim klupama.

Prema rečima **Bobana Đurovića**, predsednika opštine, Vrnjačka Banja može da se pohvali velikim brojem investicija koje su došle u pravom trenutku: rekonstruisaće se šetačke zone, parkovske površine, prilazni i izlazni putevi, a izgradiće se čak pet hotela visoke kategorije!

Ukratko: posetioci koji su prošle godine boravili u Vrnjačkoj Banji, ove godine je gotovo neće prepoznati. Rimska evropska banja sa izuzetno dugom tradicijom, potpuno preporođena, biće uskoro spremna i za najzahtevnije goste.

M.St.J.



„KOMPLEJNERI“ niču posle kiše

Kako se za turizam kaže da je trgovina snovima, često se naša projekcija snova ne poklopi sa stvarnošću kada stignemo na određenu destinaciju, te razočaranje postane preovlađujuća misao o nekoj zemlji ili poznatoj turističkoj tački. Tada oni neiskusni, ali i oni profesionalno iskusni, pribegavaju „najjednostavnijem rešenju“: žale se – svima i svakome. Ko su ljudi koji se žale i traže novac posle svakog putovanja i šta sve zahtevaju od agencije kako ne bi napravili aferu?



*RASKORAK IZMEĐU ŽELJA I STVARNOSTI
ČESTO JE OKIDAČ ZA MNOGE OSNOVANE,
ALI RUKU NA SRCE – I NEOSNOVANE ŽALBE PUTNIKA.*

Znamo da se odmor planira i čitavu godinu očekuje tih 10–15 dana plandovanja, bega od problema, svakodnevice, glavobolja, računa, kredita, minusa... Kada se vratimo pocrneli, odmorni, prepuni entuzijazma – imamo drugi stav, optimistični smo, raspoloženi. Ali, kako se ponašamo ako po nekim „našim“ merilima nismo dobili ili smo pomislili da nismo dobili što smo želeli? Zna se da je mali korak od naše imaginacije, rajskih laguna i fotografija zanosnih plaža kojima nas bombarduju poznati svetski turistički magazini (kao i ovaj koji čitate) do neostvarenih želja. Upravo je taj raskorak između želja i stvarnosti često okidač za mnoge osnovane, ali, ruku na srce, i neosnovane žalbe putnika agencijama koje ih vode na put.

Traže „dlaku u jajetu“, prete štampom, obično „žutom“ – tabloidi-ma (jer ozbiljne novine to ne objavljuju bez provere) pa čitava turistička branša dospeva na stub srama, mnogo puta potpuno neopravdano. Problem nastaje kad pojedinci prepoznaju priliku da dodatno zarade i dobiju kompenzaciju od agencija koje su podlegle pritiscima zarad mira i odbrane esnafa. Ti koji se žale i osnovano, ali u većini slučajeva neosnovano, pa potražuju kao obeštećenje veliki novac, nazivaju se u međunarodnom turističkom žargonu – „komplejneri“.

KADA PROBLEM NASTANE...

Da li ih i mi imamo i na šta se sve žale, pitali smo **Aleksandra Seničića**, direktora Nacionalne asocijacije turističkih agencija YUTA.

– Ima ih i pratili smo više desetina „komplejnera“ koji se pojavljuju svake godine (poznati su nam imenom i prezimenom) u raznim agencijama – započinje Seničić. – Prepoznamo ih već po formi žalbi sa sve fotografijama, uredno popisanim inventarom šta „nedostaje“ u odnosu na program putovanja i onim što je „obećano“ da će biti po apartmanima. Ide se do toga da se slika svaki pedalj okruženja, gazda, vlasnik, kućići, mačići... Zaista je veliki dijapazon onoga na šta se žale, ali za profi „komplejnera“ je karakteristično da uvek zahtevaju povratak novca za čitav aranžman, iako su ga, u većini slučajeva, iskoristili do samog kraja. Ranijih godina, u želji da izbegnu neprijatnosti, agencije su izlazile u susret klijentu i vraćale



deo novca, ali ih sve više ohrabrujemo da, ako su u pravu, to ne čine. Pojedini tabloidi i kvazi turistički sajtovi služe, zapravo, za reketiranje agencija. Jer, kad im se obratimo, kažu nam: „Da ste se reklamirali kod nas, ne bismo pisali na taj način“ – kazuje Seničić, i dodaje:

- Tako se posle naslova poput: „Kako vas varaju turističke agencije“ duplira broj žalbi, jer naši ljudi misle da su informisaniji nego što jesu. Obično, kad ih uputimo na ugovor kažu: „Pa ja to nisam ni čitao, samo sam potpisao“. Upravo to stalno preporučujemo kroz ozbiljne medije: „Informišite se i ne prihvatajte usmene dogovore“. Brojne su situacije na koje se žale naši ljudi. Ukoliko su osnovane, 90 odsto ne zahtevaju arbitražu. Javljanjem na dežurni telefon „Asistencija putovanja YUTA-e“, koji radi 24 časa sedam dana u nedelji, rešavamo gro „problema“ u dogovoru sa agencijom, partnerom, hotelom ili predstavnikom. Problem nastaje kada se žale na agencije koje nisu naše članice i ne pripadaju klubu „Garancija YUTA kvaliteta“, iako imaju licence za rad i garancije države. Naših članica je 270, a još toliko agencija postoji na tržištu. Godišnje imamo 20-30 zahteva da se učlane u naš sistem, ali mi ne primamo bez provere. Po dve

godine agencije su pod „monitoringom“, kako bismo se uverili da li zaslužuju da dobiju licencu „Garancija YUTA kvaliteta“. Mada, u ovom poslu svakom može da se desi greška koju nije sam prouzrokovao. Ali tada, ako smo ustanovili da nije kriv, zajednički rešavamo nastale probleme. Upravo je aktuelna situacija sa agencijom koja je u problemima već mesecima, na šta smo mi ukazivali, ali koja nije naša članica. Ruke su nam vezane pošto mi nismo „krovno udruženje“ kao u Nemačkoj, Turskoj, Austriji, gde asocijacije izdaju licence, pa i odgovaraju za svoje članice – kazuje direktor YUTA-e.

ČUDNA ČUD I MENTALITET

Pitamo ga – da li postoje „crne liste“ naših „komplejnera“?

– Zapravo ne postoje, jer ih po zakonu ne pravimo. Ali zbog sistema žalbi koje sve dolaze do nas, imamo uvid ko su ti ljudi, jer se pojavljuju u više agencija, vrlo revnosno očekuju da im neko vrati novac za uslugu koju su već dobili. Ne možete da zamislite na šta se sve žale. Jedan od profi „komplejnera“, žena, bivši advokat, žalila se na krstarenje koje je dobila kao nagradu, jer se desio kvar





As tourism is said to be dreams trade, often our dream projection does not coincide with reality when we arrive at a particular destination. Then those inexperienced, as well as professionally experienced, use the "simplest" solution: they complain – to everyone. The problem arises when individuals recognize the opportunity to earn extra money and get compensation from agencies that succumbed to pressures for peace and defense of their industry. Those who complain rightfully, but in most cases not rightfully and demand large amounts of money as compensation, they are called – complainers.

broda pa su kasnije stigli u Milano i nije mogla u šoping pre polaska aviona. A čuveni su i klijenti sa juga (Leskovac, Vranje) koji se žale na udobnost i širinu kreveta u hotelskim apartmanima na severu Grčke. Kad istražimo sve, ispostavi se da je u trokrevetni apartman pokušalo da se smesti sedam osoba – dvoje odraslih i petoro dece! Kad ih pitamo: „Čemu žalba?“, njihov odgovor je komičan: „Ali, to su malecka deca, malo jedu!“ – uz smeh konstatuje Seničić, i nastavlja:

- Kakvih sve naravi ima, neka posluži i primer čoveka koji je uplatio boravak u hotelu na Rodosu od četiri zvezdice, sa doručkom. Kad su došli na destinaciju bio je „overbooking“ (soba je još bila zauzeta dva dana), što može da se desi usred sezone. Rešenje je odmah ponuđeno – da pređu u susedni hotel od pet zvezdica, sa

*ČUVENI SU NAŠI „KOMPLEJNERI“ SA JUGA SRBIJE,
KOJI SE ŽALE NA UDOBNOST I ŠIRINU KREVETA
U HOTELSKIM APARTMANIMA NA SEVERU GRČKE.
KAD SE SVE ISTRAŽI, ISPOSTAVI SE DA JE U
TROKREVNIM APARTMAN POKUŠALO DA SE SMESTI
SEDMAM OSOBA – DVOJE ODRASLIH I PETORO DECE!
NA PITANJE: „ČEMU ŽALBA?“,
NJIHOV ODGOVOR JE KOMIČAN:
„ALI, TO SU MALECKA DECA, MALO JEDU!“*

„all inclusive“ uslugom ta dva dana, o trošku hotela i potom da se vrate u svoju sobu. Pozvao je agenciju, inspekciju, YUTA-u i zahtevao ono što je uplatio (noćenje sa doručkom u svojoj sobi). Ostao je da spava na recepciji to veče, iako su se drugi smestili u bolji hotel i uživali.

Kako gazda nije želeo problem, sugerisao je da mogu da ostanu i čitav odmor u boljem hotelu i duplo skupljem aranžmanu, pošto je njihova greška. Ali ne, on je insistirao na svom aranžmanu. Tek kad je nađen mladi par iz Rusije koji se preselio u bolji hotel i uslugu, on je slavodobitno ušao u „svoju“ sobu, nazivajući sve lopovima i prevarantima, uz konstataciju: da nije spavao na recepciji, nikad ne bi isterao „pravdu“. Ali kroz ovakve stvari nas gledaju u svetu, a sve zbog neinformisanosti. Na Zapadu to prihvataju mirno, bez drame, jer uvek dobiju više kad se greška desi. Problem je kad to mnogi profi „komplejneri“ pokušavaju da iskoriste, pa na prevaru dobiju ono što im ne pripada. Tako slikaju tuđe sobe, u drugim





hotelima, pa se posle ispostavi da tu nisu ni bili, iako se žale. Traže novac za parking kazne iako postoji jasan znak da tu nije dozvoljeno parkiranje, i slično. Domišljatost profi „komplejnere” je neverovatna u želji da se dočepaju novca – tvrdi naš sagovornik.

LOŠE VREME – VIŠE ŽALBI

Naposletku ga pitamo da li je istina da loše vreme uslovljava veći broj žalbi?

– Da, to je istina, jer kad ne mogu da se kupaju ili rade ono što su zamislili, tad sav gnev pretoče na agenciju, organizatora ili hotel, pa nastaju žalbe koje nemaju osnova. Kad postoji evidentan problem, stvaran, pomožemo brzo i efikasno. Rešavamo takve situacije, ali često zbog sedam

*ZA PROFI „KOMPLEJNERE”
JE KARAKTERISTIČNO
DA UVEK ZAHTEVAJU POVRATAK NOVCA
ZA ČITAV ARANŽMAN, IAKO SU GA,
U VEĆINI SLUČAJEVA,
ISKORISTILI DO SAMOG KRAJA.*

neosnovanih žalbi „komplejnere” ne možemo da rešimo tri realne. Informisanost je ključ, pa kad znaju šta im sve pripada, manje će se žaliti. Najbitnija je edukacija i ugovor o putovanju. Tada može da se reši problem, ako zaista postoji. Često se žale na udaljenost od plaže, na sobe iz kojih se

ne vidi more. Ne znaju da sobe s pogledom na more mnogo više koštaju, kao i da ne mogu da traže premeštaj, jer su u većini slučajeva hotelijeri klasifikovali smeštaj upravo da ne bi dolazilo do zabune. Slično je i za sobu sa četiri kreveta, a naplaćen im je bračni ležaj sa pomoćnim ležajem. Sobe za dvoje odraslih i dvoje dece u „family” paketima imaju daleko višu cenu, drugačije se vode i naplaćuju, a to naši ljudi ne znaju, pa se žale. Agencije već znaju profesionalne „komplejnere”, pa se tako i ponašaju kad traže novac neosnovano, a za poštene putnike uvek se nađe rešenje – jasan je direktor YUTA-e Aleksandar Seničić.

D. K. -I.

NAJLEPŠI DELIĆI ŽIVOTNOG MOZAIKA

Ako život posmatramo kao mozaik koji sačinjavaju lepe i manje lepe stvari povezane našim interpretacijama istih, jedini zaključak koji je siguran je da je broj delića životnog mozaika nemoguće unapred znati, kao i to da nigde ne postoji samo jedna vrsta delova - ni samo dobra, ni samo loša. Zašto onda ovo leto ne bi bilo sačinjeno od pretežno lepših delića? Da li imate odgovor ko je za to najviše odgovoran?

VAŠE LETO, VAŠE ŽELJE

Imati izbor, privilegija je nemerljiva u vremenu i prostoru i pokazuje nam da ako i dalje nemamo vremena, energije, dovoljno novca ili slobodnih radnih nedelja i dalje imamo izbor da ovog leta učinimo nešto za

sebe, nešto intimno i značajno samo sebe i svoju dušu. Da li želite da probate spa vikend u zemji ili ste zamislili da se budite na planinskom suncu? Osećate li miris mora sedeći pored palme ili želite samo da prošetate Adom Ciganlijom u suton julskih dana? Vaše leto - vaše želje. Odmor, reč od pet slova može poslužiti kao dobra asocijacija na određeni deo rasterećenosti. Pa da probamo! Sledeći primer je samo moj. Vi napravite svoj odmor po želji.

O kao oaza, otplivati, osunčati se, ostrige...

Dobra knjiga, dubina, dinja...

Miris mora, maline, mleko za sunčanje, muzika...



Opojni mirisi, obasjano, otisak stopala u pesku...

Ribice, ronjenje, rasonoda, romantika...

Svaki put kad čujete neke od svojih reči izabраниh za odmor duše, otplovićete u mislima na svoj mali odmor. Probajte, zabavnije je nego što vam se čini.





Prvo, sve što može neko, može i svako, pa i vi. Zažmurite i za početak samo zamislite taj savršen broj dana samo za vas. Može biti da poželite dan odmora a možda i mesec dana. Odmor može biti samostalan ili u nezamislivo velikoj grupi dragih ljudi. Toliko je izbora, a tako puno puta možemo da zažmurimo i zamislimo, i samim tim i da ostvarimo svoj izbor.

JEDNO MESTO

Nakon zamišljanja ili prizivanja postojećih slika iz sećanja, možete oslušnuti šta čujete u trenutku dok ste na odmoru. Da li je to strani jezik, smeh, glasna muzika ili samo talasi koji udaraju o obalu. Odmah zatim, stavite akcenat na to da osetite koji mirisi se stapaju sa vašim čulima mirisa i ukusa, koje vino degustirate i koju letnju haljinicu birate za danas. Stapanjem vaših izoštrjenih čula, stvoriće se na nesvesnom nivou mesto u koje možete uploviti kada god poželite. Možda vam to bude dovoljno, pa će đakonije koje nudi naš glavni grad u vrelin letnjim danima baš ponuditi to što vam treba. Možda vam padne na pamet sveža planina ili susedne uvale i zalivi. Možda pašnjaci, jezera ili



If we consider life as a mosaic that consists of beautiful and less beautiful things, there is only one certain conclusion that the number of pieces in a life mosaic is impossible to know in advance. Why should not this summer be made up of predominantly beautiful pieces? Close your eyes and first just picture that perfect number of days dedicated to your rest. It can be one day or a month. Holiday could be a one-man show or in a large group of dear friends. There is so many choices, and what we can image we can also accomplish.

salaš? Nema greške, šta god odaberete. Duša će sama odabrati gde i šta joj treba, kao i koliko vremena za posvećivanje samoj sebi. Bez obzira koliki obim i stres ste preživljavali preko godine, odmor je sad usađen u vas. Gledajući ovaj tekst, zamišljajući destinacije iz mašte i presabirajući se koliko dana imamo za odmor, složićete se da vam prepuštanje i opuštanje ide lakše nego što ste zamislili. Hvala našem nesvesnom koje teži da spoji dušu sa našim svesnim koje usled svako-

dnevice poklekne i zaboravlja dete u sebi koje se prvom pogledu na more raduje kao najvećoj sreći na svetu nemerljivom sa bilo čim drugim.

SANJAJTE I ŽIVITE...

Vidite da svaki deo vašeg tela želi da se opusti isto toliko kao i vi. Shvatate da samo vi sprečavate da se to desi. Zapamtite, sve može sačekati tri dana vašeg odmora. Duša ne može sačekati odmor koji traje tri dana ako prvi dan krene da se opušta, već ta priprema može krenuti odmah. Upravo sad uz veliki udah neka krene prvo zamišljanje mozaika vašeg letnjeg predaha. Neka prvi staklič bude lokacija. Drugi i treći - društvo i mirisi. Četvrti nek se baškari u ukusima hrane i pića iz snova. Broj pet nek sačinjavaju nezamislivo lepe boje leta. Letnja kišica neka bude šesta, sedma - novi ten i nova pegica na nosu. Delić po delić, staklič po staklič shvatićete da ste već na dobrom putu, svesnom i nesvesnom, odmoru vaše duše. Za kraj ostavljam vam početna slova te divne reči odmor, da ih po vašem nahođenju dodate, zapišete i ostvarite.

Mina Paunović

UTOČIŠTE ZA BOEME I NEPRILAGOĐENE

Prošetali smo krivudavim ulicama Monmartra, ogromnim grobljem Per Lašez, popeli se na vrh Notr Dama, obišli kuće velikih pisaca, i tu se nismo zaustavili...

Kao što je već poznato – Pariz je podneblje večne umetnosti! Čak i kad bismo posetili sva nepokretna istorijska i kulturno-ološka dobra, ostale bi nam nebrojene izložbe, performansi, koncerti, festivali... Gde god da se okrenete, čini se da svaka zgrada, kuća, mansarda ima svoju priču. Ovaj put smo prošetali krivudavim ulicama Monmartra, ogromnim grobljem Per Lašez, popeli se na vrh Notr Dama, obišli kuće velikih pisaca, i tu se nismo zaustavili...

MONMARTR – DALIDA, PIKASO, VAN GOG...

Svaki put kad stignete u podnožje brda Monmartri i pogledate uvis ka Crkvi Svetog srca – osećaj je neprocenljiv. Bez preterivanja se može reći čak spektakularan. Ova rimokatolička crkva bajkovito se nalazi na samom vrhu brda i, posle Ajfelovog tornja, predstavlja drugu najvišu tačku Pariza – od 203 metra. Pod nadzorom arhitekta Pola Abadija, izgradnja je započeta 1875.

i završena 1914. godine. Posvećena je svetom srcu Isusa Hrista. Do crkve se stiže velikim brojem stepenica na kojim se sudarate sa turistima i prodavcima

suvenira, budući da je ovo jedna od najposećenijih atrakcija Pariza. Kad stignete ispred, na fasadi ćete primetiti bronzane statue kralja Luja IX i Jovanke Orleanke; a ako se okrenete unazad – puca pogled na ceo Pariz. Naoružajte se strpljenjem jer je dugačak red za ulazak, a fotografisanje unutar crkve nije dozvoljeno.

Iza ove bazilike vlada umetnički, kaldrmisani predeo. Svuda muzika, slike, cveće, nepregledni redovi kafea i restorana. Kućice raznoraznih arhitektonskih stilova načičkane su jedna uz drugu. Predeo delimično podseća i na stari grad na moru. Krenuli smo Ulicom Gabrijel u kojoj je, na broju 49, Pikaso imao svoj prvi pariski atelje. Zgrada je danas stambena i u nju se ne može ući, ali je na fasadi postavljena ploča koja govori o malom delu života svetskog slikara.

Put nas je naveo do slepe *Rue d'Orchampt* na čijem kraju je živela italijansko-egipatsko-francuska pevačica i glumica Jolanda Kristina Điljoti, poznatija kao Dalida. Vodeći veoma uspešan, a ujedno tragičan život, u ovoj velepnoj trospratnoj vili Dalida je živela od 1962. do 1987.





Dalida



Dalida - trg



Dalida - grob

godine, kad je u svojoj spavaćoj sobi izvršila samoubistvo, predoziravši se barbituratima. Kuća je tada prodana i podeljena u stanove. Dalida je upamćena kao izuzetno dobar prijatelj, diva koja je pevala na 11 jezika, i po hitovima *Bambino*, *Gigi l'amoroso*, *Je suis malade*, *Paroles paroles*, *Salma Ya Salama*, *Laisser moi danser* i mnogim drugim. Uzan prolaz, kojim je šetala sa Alenom Delonom, vodi do restorana *Le Moulin de la Galette* koji je svakodnevno posećivala. Na njenom stolu danas stoji ploča, a jelovnik nudi veliki izbor specijaliteta kao što su puževi (*les escargots*) i pevac u taljatelama. Nedaleko odatle nalazi se i Trg Dalida koji veliča bronzana bista slavne pevačice šansona. Kao i za statu Julije u Veroni, i ovde vlada praksa da uhvatite Dalidu za grudi i zamislite želju.

Obližnjom *Rue Lepic*, u kojoj je na broju 83 živeo Van Gog sa svojim bratom Teom od 1886. do 1888. godine, možete doći do groblja Monmartre. Ono datira s početka 19. veka i predstavlja treće najveće groblje u Parizu. Neobičnost je u tome što je iznad njega napravljen pešačko-saobraćajni most koji se nalazi tik iznad visokih grobnica. Danas je ovo mesto turistička atrakcija, jer su tu sahranjeni Dalida, Edgar Dega, Hektor Berlioz, Stendal, Hajnrh Hajne, Mišel Berže, Frans Gal, Žak Ofenbah, Emil Zola i mnogi drugi.

KVAZIMODO I VIDIKOVAC NOTR DAMA

Poznato nam je književno delo Viktora Igoa „Zvonar Bogorodičine crkve“, kao i



Pikasov atelje



Šekspir i društvo



Van Gog - stan



Kuća - Onore de Balzak - Ajfelov toranj

istoimeni Diznijev crtani film. Dok se penjete uz spiralne betonske stepenice katedrale Notr Dam, nije isključeno da ćete razmišljati o arhitektonskim karakteristikama ovog raskošnog zdanja, budući da je ono visoko šezdeset i devet metara, dok visina šiljate kule iznosi devedeset metara. Katedrala je izgrađena 1345. godine i od tada je više puta rušena i obnavljana. Za njen današnji izgled pobrinule su se arhitekta 1845. godine. Tad je dodata i čuvena Galerija himera – čudovišta koja su, pored izuzetne umetničke vrednosti, napravljena u cilju zastrašivanja i poštovanja vere i katedrale. Nažalost, ne možete im prići jer mrežasta ograda okružuje ceo vidikovac. Kad se uspenjete do zvonika, rukom možete dohvatiti ogromna zvona među kojima je, prema Igoovim rečima, živeo Kvazimodo. Odatle je pogled na Pariz veličanstven jer doseže do Jelisejskih polja i biznis-naselja *La Défense*.

„ŠEKSPIR I DRUŠTVO“

Na levoj obali Sene, na adresi 37 *rue de la Bûcherie*, veoma blizu Notr Dama, nalazi se „Šekspir i društvo“ (eng. *Shakespeare and*

Company) – stara, nezavisna knjižara koja prodaje knjige isključivo na engleskom jeziku. Osnovala ju je Amerikanka Silvija Bič, davne 1919. godine, i pre današnje, knjižara je imala još dve adrese. Tokom dvadesetih godina prošlog veka, zdanje je bilo stecište tada pisaca u nastajanju – Ezre Paunda, Ernesta Hemingveja, F. Skota Ficdžeralda, Forda Madoksa Forda, Džejmisa Džojisa i mnogih drugih. Na ovom mestu su pronalazili utočište družeći se i čitajući tada kontroverzna dela, a ujedno su imali i šansu da izdaju svoje knjige. Silvijin književni ukus bio je veoma poštovan. Cela knjižara je bila u njenom znaku. Objavila je, između ostalih, Džojsov „Uliks“ koji je bio zabranjen u Velikoj Britaniji i SAD. Radnja je zatvorena 1941. godine, tokom Drugog svetskog rata.

Današnja knjižara je otvorena 1951. godine, ali pod nazivom *Le Mistral* i vođstvom Amerikanka Džordža Vitmana. I ona je vrlo brzo postala zanimljiva piscima kao što su Alen Ginzberg, Vilijam S. Barouz, Anais Nin, Bertolt Breh, Lorens Darel... Oduševljena novom knjižarom, Silvija Bič je Vitmanu

predala naziv „Šekspir i društvo“. Godine 1964, posle njene smrti i 400 godina od rođenja Vilijama Šekspira, Vitman je preimenovao svoju knjižaru. Ona danas čuva svoju autentičnost. Unutrašnjost je od drveta, hodnici i prolazi su veoma uski, zidovi su prekriveni fotografijama stare knjižare i njenih uglednih gostiju, do visokih polica dolazi se merdevinama, i sve knjige su na engleskom jeziku. U svakoj prostoriji se nešto dešava – književne večeri, promocije, sviranje klavira, potpisivanje na ceduljicama i kačenje na zid; bosonogi ljudi sede, leže, čitaju, druže se, pevaju. Mogu se kupiti nove i polovne knjige, ali po ne baš jeftinoj ceni.

OKOLINA LUKSEMBURŠKOG PARKA

Luksemburški park okružuje Luksemburšku palatu i prostire se na 23 hektara. Pun je raskošnog žbunja, cvećnjaka, drvoreda, fontana, spomenika i statua, sportskih terena i



Notr Dam



As it is already known – Paris is the city of eternal art! Even if we were to visit all of the immobile historical and cultural goods, we would have countless other exhibitions, performances, concerts, festivals... Where ever you turn, it seems that every building, house, mansard has its own story. This time we walked through the winding streets of Montmartre, the huge Père Lachaise Cemetery, climbed to the top of Notre-Dame, visited the houses of great writers, and we did not stop there...

staza. U okolini ovog misitičnog vrta nekad su živeli velikani književnosti, a i danas važi za jedan od elitnih krajeva Pariza. U Ulici *Vaugirard* živeli su Frensis Skot i Zelda Ficdžerald, u Ulici *Ferou* Ernest Hemingvej sa svojom drugom suprugom Paulinom, dok je u Ulici *Fleurus* živela američka književnica Gertruda Stajn sa svojom partnerkom Alis Toklas. U njihov salon su dolazile tadašnje brojne ličnosti iz sveta kulture i umetnosti, a Gertrudu su zvali „bastionom modernizma“. Kad bi ona dala blagoslov za određenu knjigu ili sliku, autor bi odmah postao cenjen u društvu. Pored navedenih, ovde su navraćali i Pablo Pikaso, Šervud Anderson, Gijom Apoliner, Anri Matis, itd. Za razonodu supru-ga, devojaka i ljubavnica brinula se Alis u odvojenoj sobi. Subota uveče je bila datum za druženje, kako bi drugim danima Gertruda nesmetano mogla da se bavi svojim pisanjem.

SPOMENICI PER LAŠEZA

Mnoge ličnosti koje smo naveli sahranjene su na najvećem groblju u Parizu – Per Lašezu. Na površini većoj od 44 hektara, ono predstavlja prvo gradsko groblje Pariza (nastalo 1804. godine) i najposećenije na svetu – sa oko tri i po miliona turista na godišnjem nivou. Ovo sveto mesto mogli bismo nazvati i muzejom-botaničkom baštom, budući da je pretrpano velelepnim grobnicama, statuama uglednih vajara, gustim drvoredima, raznovrsnim biljkama i cvećem, pa se u određenim trenucima dobija osećaj kao da ste u sablasnoj, ali istovremeno očaravajućoj šumi. Razlog zbog kog posetioci dolaze u velikom broju su grobovi poznatih ličnosti iz sveta nauke, politike, sporta, slikarstva, muzike, plesa, filma, koji po dizajnu variraju od jednostavnih do gorostasnih, vrlo upečatljivih spomenika. Nema ih na jednom određenom mestu, već su raštrkani po celom Per Lašezu. Uslov sahranjivanja je da je osoba živela ili preminula u Parizu. Ovde večno počivaju Molijer, Modiljani, Onore de Balzak, La Fonten, Marsel Prust, Isadora Dankan, Edit Pjaf, Oskar Vajld, Simon Sinjore i Iv Montan, Gertruda Stajn, Ežen Delakroa, Džim Morison, Marija Kalas, Šopen, Gijom Apoliner, Sara Bernar, Pjer Burdije, Kolet, Žorž Bize i mnogi drugi velikani.

Tekst i foto:
Dušan Veselinović



Monmartr groblje



Per Lašez

KRAS – SLOVENAČKA PROVANSKA

Slovenačka Istra smeštena je između Kraškog polja i Jadranskog mora. Kraški potez je brdovit predeo s rekama, jezerima, vinogradima u nedogled, listopadnim drvećem, poljima lavande, farmama konja, mirisom mora, uglavnom blagom klimom i mekim svetlucavim bojama. Pravi provansalski pejzaž.

Tu čarobnu, mnogima nepoznatu Sloveniju, otkrili smo na putovanju koje je za novinare pripremila MGM Media Optima u ime slovenačke Turističke organizacije. Putovalo se na obalu, a usput zavirivalo u gradove, boravilo i uživalo u objektima koji odišu harmonijom, kao i u njihovoj autentičnoj ponudi – za prave istraživače i beznadežne hedoniste. I evo šta smo otkrili.

ŠTANJEL

Srednjovekovni Štanjel je jedan od najstarijih gradova u Kraškom polju. U oči upada zanimljiva impozantna gotska rimokatolička crkva Sv. Danijela sagrađena u XV veku. Kuće imaju male prozore, uske portale, čak su i kameni krovni oluci ukrašeni kamenim detaljima koji su sakupljali kišnicu, tako neophodnu Krasu. Zanimljivo je posetiti rimsku „Krašku kuću“ iz XIV veka - u kojoj se nalaze zanimljive etnološke kolekcije, kao i privatne prostore na spratu koje su koristili tadašnji stanari.

BISTRO - RAPSODIJA PRŠUTA

Na glavnom trgu, u okviru zamka Štanjel, nalazi se restoran „Bistro“ s fantastičnim pogledom na okolinu s vinogradima. Restoran vodi bračni par Fazila i Simo Komel, koji poseduju pršutarne. Ukoliko vas put navede, probajte ovu rapsodiju pršuta i salama, začinjenu kravljim sirom, uz obavezna vina iz kraja u kome se nalazi Red vinskih viteza.

DOMAĆINSTVO FABIJANI

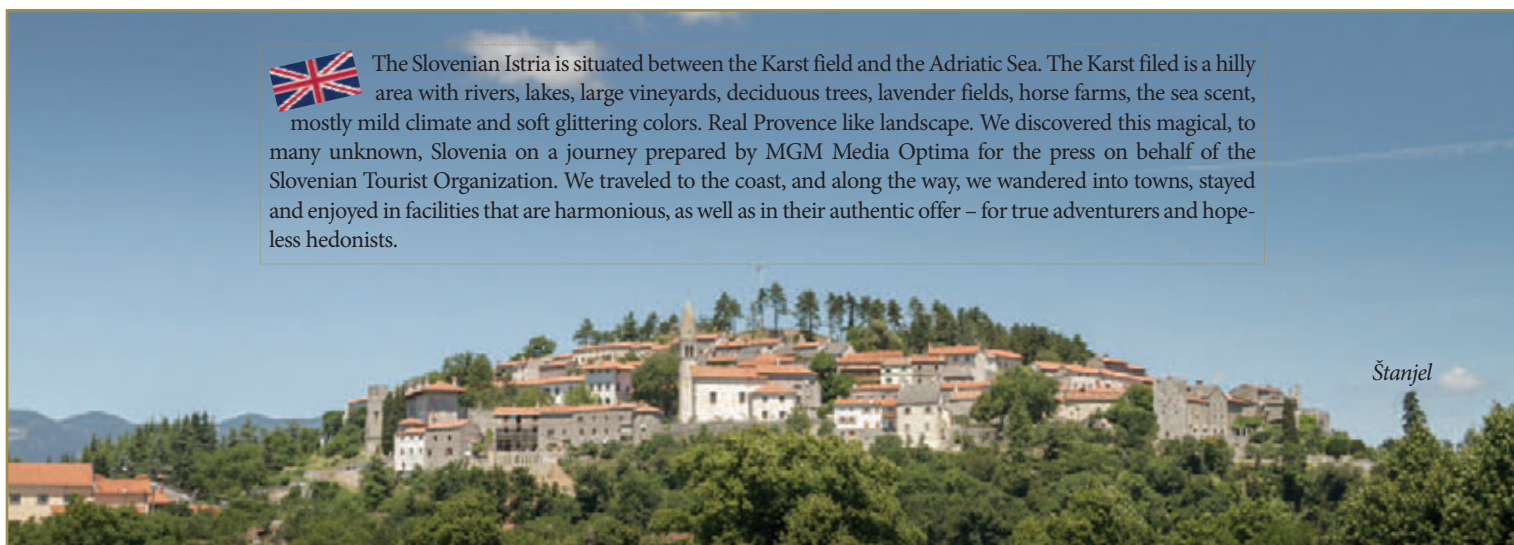
Najveći ponos Štanjela je vila Fabijani, koju je projektovao Masimo Fabijani, arhitekta, urbanista i gradonačelnik Štanjela. Nalazi se u skupini od 13 kuća, od kojih su danas samo dve u funkciji. Njeni vlasnici su porodica Malgaj, koja je 2012. godine kupila imanje, i danas upravlja „Domaćinstvom Fabijani“. Unutrašnjost kuće je bela i s pokojim dobro odabranim komadom starinskog nameštaja. Ovo nije hotel, već prenočište, ali će vam sobe koje odišu elegancijom pružiti vrhunsku udobnost.

BREND CURRICULUM VITAE

Slovenačka vina se dele u tri grupe: stona, vina sa geografskim poreklom i vrhunska vina koja su zastupljena u izuzetno visokom procentu i veoma su cenjena. U mestu Komen smestila se vinarija porodice Colje, čiji je osnovni vinski proizvod „*teran*“, koji se pravi od grožđa sorte refošk, čija se vinova loza u porodici Colje podiže na 5 hektara. U ambijentu podruma super moderne arhitekture možete



The Slovenian Istria is situated between the Karst field and the Adriatic Sea. The Karst field is a hilly area with rivers, lakes, large vineyards, deciduous trees, lavender fields, horse farms, the sea scent, mostly mild climate and soft glittering colors. Real Provence like landscape. We discovered this magical, to many unknown, Slovenia on a journey prepared by MGM Media Optima for the press on behalf of the Slovenian Tourist Organization. We traveled to the coast, and along the way, we wandered into towns, stayed and enjoyed in facilities that are harmonious, as well as in their authentic offer – for true adventurers and hopeless hedonists.



Štanjel



Bistro



Domaćinstvo Fabijani



Brend Curriculum



Bučevo domaćinstvo

probati i *malvaziju*, *vitovsku grganju*, *merlot*, *cabernet sauvignon*... ali i sjajnu rakiju koja podseća na konjak. Moto vinarije Colje je „Curriculum Vitae naše prirode“.

BUČEVO DOMAĆINSTVO

U brdima Ivanji Grada, Tanja i Branko Arandelović brinu od 2008. godine o 20.000 grmova lavande, sertifikovanoj kozmetičkoj liniji „Krasna“ i ekološkim deterdžentima. Na Krasu imaju pet njiva na kojima sade razne vrste lavande, a prerađuju ih u jednom uglu dvorišta na starinski način uz pomoć kotla u kome je destiluju, a koji liči na poveću inkvizitorsku spravu. U velikom dvorištu

nalazi se i prodajni prostor: prodavnica Ekotera sa eteričnim uljima, kremama za masaže, solju za kupanje, balzovima – sve od lavande...

ŠPACAPANOVA KUĆA

Verovatno najkvalitetniji i najposećeniji restoran u Španjelu i okolini – „Špacapanova kuća“ nosi porodično ime. Vodi ga mladi Ago koji je završio škole za kuvara i konobara. Restoran se nalazi u staroj porodičnoj seoskoj gostionici i radi od 1975. godine. Kuhinja je zasnovana na prvoklasnim kraškim mesnim delicijama koje domaćin proizvodi. Sve se radi u skladu sa ekološkim standardima. U

podzemnim prostorijama se nalazi sušionica za pršutu i salame, kao i prostorije za preradu vina i alkoholnih pića i vinski podrum. U kući Špacapan se pije *vitovska grganja*, autohtona sorta vina s Krasa. Dobiti sto u restoranu „Špacapan“ stvar je prestiža, budući da je poznat ne samo u Sloveniji, već i u okolnim zemljama.

IZOLA

Gradić Izola smešten je između Kopra i Pirana. U njemu: lepa marina, stare kuće i uličice iz vremena Mletaka, restorani na obali mora, fabrika ribljih konzervi iz 1879. godine i ušuškani riblji restorani. Leti se Izo-



Špacapanova kuća



Izola

Foto: Luka K. R.

Medljan



Farm Fonda
Foto: Jaka J.

Piran



la pretvara u gusto naseljen grad s grupama turista. Šetnjom pored mora stiže se do starog svetionika, odakle puca pogled na Kopar i Trst. Ne propustite obilazak starih zgrada veoma zanimljive arhitekture, a naročito: palate Manzioli (1470) u gotsko-venecijanskom stilu i palate Bensenji (1775) u baroknom, kuće Lovisato, kao i crkve Sv. Mauricija (1553) i najstarije crkve u Izoli iz XI veka - Sv. Marije od Haliaetuma. Na ulazu u Izolu nalazi se Ambasada Gavioli, ogromna diskoteka u kojoj glavnu reč vode poznati DJ-evi.

MEDLJAN – MESTO TURISTIČKE BUDUĆNOSTI

U brdima iznad Izole, na proplanku nazvanom Cetore, smestilo se turističko naselje Medljan. U njemu je porodica Tatjane i Bruna Ogrin, davne 1989. godine, započela posao s konjima i nastavila da se, sa ulaskom Slovenije u EU širi, te danas imaju i apartmane Ogrin u Portorožu. Na imanju čuvaju sopstvena četiri konja dok im iz Austrije i Italije dolazi desetak na pansion. U okviru naselja održava se škola jahanja, seminari o konjima, radionice joge lica i akupunkture.

KORTE

Nedaleko od Medljana je pitoreskno seoce Korte, najveće naselje u izolskom zaleđu. Autentično istarsko selo udaljeno je od Izole osam kilometara i nalazi se na visini od 224 metra, odakle se pruža prekrasan pogled na brdašca oko solana u Sečovljama. U samom centru pažnju privlači crkva Sv. Antuna, podignuta 1762. godine, s baroknim oltarom i zanimljivim zvonikom nalik minaretu s prozorčićima koji liče na okice okrenute na sve četiri strane sveta. I, naravno, svuda oko vinogradi. Iako ima samo 655 stanovnika, tokom vikenda i u letnjaj se-

zoni postaje gusto naseljeno turistima iz Ljubljane, Austrije, Mađarske i ostalim „kontinentalcima”. Oni koji žele mir i tišinu, mogu ih naći u seocetu Korte.

PIRAN

Legenda kaže da se nekad davno jedan Venecijanac zaljubio u mladu i lepu devojkicu iz Pirana. Piranci su želeli da se ona uda za njihovog gradonačelnika, bogatog i starog. Da bi im pokazao da je ozbiljan i dokazao svoju ljubav, Venecijanac je napravio veliku kuću na trgu da bi njegova draga mogla da ga čeka na balkonu. Na zgradu je postavio figuru lava koji drži otvorenu knjigu na kojoj piše na starom venecijanskom jeziku „Lassa pur dir“ – „Pusti ih da pričaju“. Od tada do danas ova kuća s bež fasadom nazvana „Venecijanka“, jedan je od bisera glavnog trga Pirana.

BRANCINI PORODICE FONDA

U piranskom zalivu smestilo se porodično uzgajalište brancina – Fonda, najmanje uzgajalište ribe u Evropi. Na turbulentnoj morskoj granici između Slovenije i Hrvatske, podeljenoj rekom Dragonja, porodica Fonda smestila je osam velikih mreža dubine 10 metara u kojima, kao u svojevrstnom „vrtiću“, raste mlad, u kojoj kasnije, kada odraste, uživaju mnogi epikurejci. Sve se radi ekološki, bez ikakve hemije. Morska voda je čista, a temperatura zadovoljavajuća. Najbolja potvrda za to su delfini, koji u blizini Pirana trenutno imaju svoju koloniju. Procenjuje se da ih ima oko 140! Fonda je 2012. godine dobila važnu evropsku turističku nagradu za najbolji turistički ekološki i sportski program. Ovde se može iznajmiti kajak i obići uzgajalište, kao i piranske solane. Česti gosti u Piranu su đaci i studenti iz austrijskih škola i fakulteta. Inače, Trgovina Fonda posluje i sa nekoliko restorana u Beogradu, kao što su Madera i Klub književnika.

TA ČUDOTVORNA SO

Proizvodnja organske soli u Sečovljenskim solanama u Piranskom zalivu stara je 700 godina. Ova organska so obiluje velikom količinom joda. Na solanama, koje imaju 26 bazena, radi dvadesetak zaposlenih, a u sezoni još njih dvadeset. Ova solana je jedna od pet u svetu u kojoj se proizvodi tzv. solni cvet, začim koji sadrži kapljice vode, zbog čega ima blaži ukus ali je skuplji od same soli. Zanimljivo je da se ova so prodaje kao delikates u Japanu, gde se koristi za suši. Solana u svom programu ima razne proizvode (kupke sa solju, kreme za telo...), kulinarske programe, knjige s receptima, kutije s poklonima i spa „Lepa Vida“, u kojem se za 20 evra možete okupati u soli.

PORTOROŽ

Zamislite širok mediteranski okvir, plave talase, toplinu palmi i ostalog drveća, svežinu istarskog kamena, dugačko šetalište, sunčanu marinu, modernu istarsku gastronomiju... Sve ćete to naći u Portorožu, Piranu, Kopru... Nazvan "Luka ruža", Portorož u svakom pogledu odgovara svom italijanskom imenu. Zajedno s pitoreskim ribarskim kućama, uskim uličicama, venecijanskom arhitekturom, crkvama, šetalištem... nudi aktivnim sportskim entuzijastima teniske terene, jedrenje, planinarenje po okolnim brdima, kupanje u moru i u bazenima, ali i kockanje u tri kazina. Njegova pozicija je takva da golferi mogu da igraju golf u tri države: Sloveniji, Hrvatskoj i Italiji. Grad je okružen kafićima, restoranima, radnjama, poslastičarnicama, ali i borovima i ružama, i podseća na italijanske primorske gradove, što i ne čudi s obzirom na njegovu istoriju isprepletenu s Mlecima i Austrijancima. Poznat je i po sjajnim hotelima, u kojima je naš tim proveo par noći.

GRAND HOTEL BERNARDIN

Sazidan sedamdesetih godina prošlog veka, sa simpatičnim balkonima kosih zidova i izuzetnim enterijerskim rešenjima, *Grand Hotel Bernardin* nedavno u potpunosti prerađen. Ovaj hotel daje gostu osećaj lakoće življenja i prijatnosti. Dva restorana, koji će slatokusce pozvati na put po celoj Sloveniji i Mediteranu, nekoliko kafića, piano bar, ogromna terasa nad morem i najveći kongresni centar u Sloveniji – sve je to poziv za uživanje, opuštanje, ali i rad. Jer, Kongresni centar Bernardin, prvi u Sloveniji, zadivljuje svojom veličinom: 19 multi holova, kancelarija, sala za projektovanje, izložbeni prostori... Na desetom spratu hotela smestio se ekskluzivni restoran „Pečina“, poznat po mediteranskoj kuhinji i širokoj selekciji vina. Ovaj ekskluzivni hotel poziva goste svojom elgancijom, okrunjenom s 5 zvezdica, besprekornom uslugom i izuzetno prijatnim enterijerom.

AERODROM PORTOROŽ

- Mi imamo status međunarodnog saobraćaja i pokrивamo i pet nautičkih milja vazdušnog prostora Hrvatske“ – kazuje direktor aerodroma Portorož Robert Kranjc. Ovaj aerodrom je 2004. godine

privatizovan i pripada četvorici vlasnika: MK Group (koja je većinski vlasnik), Opštini Piran, Luci Kopar i privatnom preduzeću za puteve – Kopar. Na razmeđi između Italije, Hrvatske, Slovenije i Austrije ovaj aerodrom je idealan da se u kratkom vremenu stigne na određite. Aerodrom je otvoren 1963. godine, kad je istovremeno održan Treći padobranski Jadranski kup. Tokom godina, kroz ovaj aerodrom prošlo je mnogo putnika, među kojima vrlo poznatih, poput princeze Jelisaveta Karađorđević, Ralfa Šumahera - bivšeg vozača Formule I, fudbalera Franca Beckenbauera, srpskog tenisera Novaka Đokovića. Nadajmo se da će se ova brza veza uskoro otvoriti i između Srbije i Slovenije.

HOTEL LIFECLASS

Hotel „Slovenija“ pripada prvom slovenačkom hotelskom lancu – LifeClass & Spa s pet zvezdica, osnovanom 2004. godine. U potpunosti je obnovljen. Od starog je ostala samo spoljašnjost, dok je u unutrašnjosti sve promenjeno. Dva bazena, jedan s morskom vodom; 770 ležajeva; Sauna Park i tajlandska spa, ajurveda i talasoterapija, dijagnostička i medicinska nega; dva restorana, Suši bar; ultramoderan kongresni centar; sobe s balkonima i pogledom



GH Bernardin

Portorož





Kopar
Foto: Matej Vranič



Hotel Life Class

na veliko plavo... Restoran s kreativnom i zdravom hranom i trenutno najtraženijim istarskim „Tapas“ restoranom sa modernim i toplim enterijerom. Kongresne sale imaju ukupno 1.200 mesta i uglavnom su polivalentne: u njima se mogu prirediti velike večere ili pretvoriti u veliki foaje. Svaka sala, u zlatnim tonovima i svetlom drvetu, nosi ime slavnih moreplovaca: Amerigo Vespuči, Kristofor Kolumbo... Najlepša među njima je sala Magelan, u starinskom stilu, pogodna za privatne sastanke i specijalne prilike.

KOPAR

Kopar je svakako najzanimljiviji i kao grad na slovenačkom primorju, ali i kao luka. Prima veliki broj turista iz svih krajeva sveta koji stižu brodovima, automobilima i autobusima. Na Titovom trgu nalaze se biseri arhitekture poput: Pretorske palate iz XV veka, najslikanije zgrade u Kopru u stilu venecijanske gotske arhitekture; opštinske zgrade Fontega, izgrađene u 14. veku a rekonstruisane u 15. veku, koja je sve do 1606. godine korišćena kao žitnica; palate Bergamoni-Tako iz 15. veka, koja je danas muzej, dok je palata Gravisi - lokalna muzička škola.

VINAKOPER

Na obodu Kopra u Kući Refosk i vinskom podrumu možete otkriti tradiciju vitikulture i enologije u slovenačkoj Istri. Vinska tradicija je stara 2.400 godina i zahvaljujući jedinstvenoj klimi (zaštita Alpa na severu i uticaj mora na jugozapadu), raznovrsnost tla i atraktivne autohtone vrste grožđa, ova kapljica u svetskom vinskom okeanu s 22.300 zasadenih hektara čine Sloveniju jednom od najzanimljivijih vinskih kultura u Evropi. Davne 1947. godine Vinakoper su započeli rad na 570 hektara. Njihovih deset mikro lokacija se šire od mora do 320 metara nadmorske visine. Ovde se proizvode jedinstvena vina s prepoznatljivim ukusom: Capo d'Istria brend sadrži Cabernet Sauvignon, crveni Refoš, Malvaziju, Capris Modri Pinot, Ukusi Istre Cabernet... i čine pravi mali raj za ljubitelje vina.

EKOLOŠKA FARMA MORGAN

U mestašcu Grintovec u blizini Šmarja u opštini Kopar, Janko Franc Morgan proizvodi devičansko ulje Morgan. Ovaj kraj je izuzetno pogodan za masline, s obzirom da se nalazi na 200 do 500 metara visine.

Pre 13 godina ulje Morgan je dobilo ekološki sertifikat i jedino je labaratorijski kontrolisano ulje u Sloveniji. Njihov „paradni konj“ je cuvee ili kakvoća ulja s aromom limuna pomorandže, čak i s čilijem. Od 2008. godine, kada su započeli rad s maslinama, farma Morgan dobila je nekoliko važnih nagrada, među njima i sertifikat slovenačkog Instituta za kontrolu poljoprivrede i šumarstva, Instituta za ekologiju i ulje... Na kraju, iznenađenje, postoji i čokolada Morgan, sva od istoimenog ulja koje je izuzetno zanimljivo i treba ga probati uz liker Morgan!

U POTRAZI ZA PTICAMA

Na obodu Kopra nalazi se Škocjanska oaza, trenutno najbolji



Dvor Jezeršek
Foto: M.K.

opremljen ornitološki prirodni rezervat. Specijalni uslovi privukli su specifičnu floru i faunu, čime je Škocjanska oaza postala 1998. godine prirodni rezervat. Najveća sredozemna močvara, istovremeno i najveća poluslana močvara, na 12 hektara, sastoji se od dva dela: poluslane lagune i slatkovodne močvare. U Škocjanskoj oazi gnezdi se 41 vrsta ptica koje su zimski, letnji i godišnji gosti. Sa opservatorije za ptice, koja je ujedno i informacioni centar izuzetne drvene arhitekture, posmatrači mogu da uživaju u njima, jer Škocjanska oaza je u pravom smislu ornitološki raj.

DVOR JEZERŠEK

U mestašcu Cerklje na Gorenjskem, u neposrednoj blizini ljubljanskog aerodroma, nalazi se Dvor Jezeršek, vlasništvo istoimene porodice koja je posao s kateringom započela davne 1975. godine i odlučila da se bavi prikupljanjem receptura i znanja vezanih za tradicionalnu gastronomiju i savremenu kulinarsku umetnost. Danas je to moderan hotel sa 18 soba, konferencijskim sadržajima i tipičnom slovenačkom gostionicom, ali i Akademijom Jezeršek – kulinarskim edukativnim centrom. U okviru ovog imanja postoji i stara kuća koja se posećuje kao muzej porodice Hribar, koja je ovde živela polovinom XVIII veka, posedovala ogromne površine zemlje, čak i deo današnjeg aerodroma. U ovoj zanimljivoj tradicionalnoj kući iz XVIII veka danas se održavaju razni sastanci, a mnogi je, zbog izuzetne atmosfere i starog originalnog nameštaja, iznajmljuju za privatne sastanke.

Zahvaljujem se Milanu i Gogi Sredojević iz agencije MGM Media Optima, koji su novinarskom timu iz Srbije pružili ljubaznu, stručnu i kvalitetnu pomoć tokom posete najekološkije države u regionu Balkana.

Jelena Kaličanin

KANCELARIJA ZDRAVOG TURIZMA



Airbnb je pokrenuo „Kancelariju zdravog turizma“ s ciljem da pomogne putnicima da otkriju nove turističke destinacije i pritom izbegnu poznate gradove širom sveta koji su turistički prezasićeni.

Kako je primetio Brian Chesky, izvršni direktor kompanije Airbnb, problem sa putovanjima je što „milioni ljudi hrle da vide nekoliko destinacija, radije nego da vide milion različitih“.

- Imajući u vidu da turizam raste brže od većine ostalih privrednih grana, od ključnog je značaja da što više ljudi od njega ima koristi. Kako bi se demokratizovala korist od putovanja, Airbnb nudi zdravu alternativu masovnom turizmu koji decenijama nanosi štetu popularnim turističkim destinacijama – navode iz ove kompanije, dodajući da Airbnb podržava turizam koji je lokalnog karaktera, autentičan, raznovrstan, inkluzivan i održiv.

Uz pokretanje kancelarije, Airbnb takođe objavljuje informacije koje pokazuju prednosti zdravog turizma za domaćine, goste i gradove širom sveta, a najavljuje i formiranje novog Savetodavnog odbora za turizam, koji će činiti lideri turističke industrije iz celog sveta.

VRATILE SE RODE

Sa svega oko 5.000 stanovnika, ovaj slavonski gradić na obroncima Papuka i Krndije, ima 15 uređenih parkova, 20 mostova, 200 pari blizanaca i desetak značajnih manifestacija svake godine.

Uslavonskom gradiću Orahovici obavili smo krajem maja, povodom 13. Evropskog prvenstva u kuvanju lovačkog gulaša u kotliću za novinare. Nije prvi put da je dvočlana ekipa našeg lista učestvovala na ovoj manifestaciji i nije prvi put da se odlično provela. Gde god da se Prvenstvo održavalo, prizor je bio manje-više sličan: nasmejani novinari, kotlići, vatraca, luk, meso divlje svinje, začini, varjače, kecelje, muzika, đuskanje, pljeskanje, grljenje, pehari, slavljeničko veče, tamburice, gastronomski specijaliteti, dobro vino...sve je to već više puta viđeno, i

uvek fantastično. Zakucani standard dobrog raspoloženja, međusobne ljubaznosti i druženja.

Ali Orahovica!!!

GRADIĆ SA 15 PARKOVA I 20 MOSTIĆA!

Pre nego što smo kročili u taj gradić na obroncima Papuka i Krndije, znali smo samo da se tu rodio bivši jugoslovenski, a onda i hrvatski predsednik Stipe Mesić, uz još po koji šturi podatak sa interneta. To je vrlo brzo postalo potpuno nebitno pred mnoštvom drugih, gotovo neverovatnih podataka i utisaka iz sredine od koje se ništa naročito ne očekuje. A kako i očekivati od neke "ljute provincije" da bude okružena sa 15-ak parkova i da leži na 20-ak mostića i da sve to bude besprekorno čisto! Teško da je sve to Mesić mogao da isposluje svom rodnom mestu. Neki drugi vetrovi tamo duvaju. Očigledno - dobri.

Orahovčani vole da citiraju svog doskorašnjeg gradonačelnika Josipa Nemeca koji je rekao: "Svaki grad ima svoje parkove, a u Orahovici parkovi imaju svoj grad". Naš lokalni vodič Vladimir Grgurić s ponosom je rekao da je Orahovica poznata po tri stvari, od kojih su dve krucijalne, a treća – može.

- Prvo, to je pitka izvorska voda za šta je najbolji dokaz naše Orahovačko jezero koje je dobilo nagradu „Turistički cvet“ za kvalitet vode i najuređeniju kopnenu plažu Hrvatske. Drugo, to je sveži zrak zbog koga je nedaleko od centra sedamedeseth godina prošlog veka bilo lečilište plućnih bolesti, a danas je Centar za edukaciju Crvenog križa Osijek. I treće, kažu da su Orahovčani dobri ljudi – hvala im na tome.

VUČICOM DO CRNOG MORA

Vodio nas je vodič kroz župnu Crkvu našašća (pronalska) svetog križa,





With only about 5,000 inhabitants, this Slavonian town on the slopes of Papuk and Krndija has 15 landscaped parks, 20 bridges, 200 pairs of twins and a dozen significant events each year.

u samom centru grada koji je nedavno renoviran i pretvoren u pešačku zonu, kroz pravoslavni manastir Sveti Nikola, na području zaštićenog geo parka prirode „Papuk“, šetnicom koja treba da dobije naziv Aleja orahovačkih blizanaca, pored stare parne lokomotive zaštićene krovicom i ogradom, koja se nekada zvala „Čiro“, a sada „Guco“, preko mosta na Vučici... Zastajemo, slušamo:

- Ova lokomotiva nastala je 1939. u Minhenu i, ovakva sa pogonom na šest točkova, jedina je u svetu. A ova reka ovde zove se Vučica, ona nema svoj izvor, jer nastaje ulivanjem triju reka u jednu. Legenda kaže da je dobila ime po tome što kad jako nabuja posle kiša, pobesni kao besna vučica. Inače, Vučica utiče u Karašicu, Karašica u Dravu, Drava u Dunav, Dunav u Crno more, pa mi volimo reći da našom Vučicom možemo doći i do Crnoga mora.

Nismo stigli do utvrđenja Ružica, jednog od najvećih srednjovekovnih gradova u Hrvatskoj, oko 2,5 kilometra od Orahovice, između severnih obronaka Papuka i Krndije. Ipak smo deo najvrednijih arheoloških artefakata sa tog lokaliteta videli u kuriji Mihalović, dvorcu usred prostranog parka, sagrađenom s kraja 19. i početka 20. veka, koji je danas pretvoren u Gradski muzej. On na čudan način asocira na bejbi bum koji je Orahovici doneo i epitet grada blizanaca, zbog čega je postala velika medijska atrakcija.

ČIST VAZDUH I VODA - KRIVCI ZA BEJBI BUM!?

- Na 5.000 stanovnika u Orahovici ima oko 200 pari blizanaca, što znači da je svaki 29 stanovnik blizanac - objašnjava naš

vodič i dodaje: - U 30-40 odsto slučajeva, u porodičnom stablu nema blizanaca, pa se objašnjenje traži u čistoći orahovačke vode i vazduha. A što se zgrade Muzeja tiče, ona je 60-ih godina prošlog veka služila kao mini porodilište i tada su rode prvi put na njenom krovu napravile gnezdo. Posle ih dugo nije bilo, da bi se vratile pre jedno pet godina, kada je počela da kruži priča o orahovačkim blizancima. Opet su se nastanile na tom krovu i gotovo su postale domaće životinje u parku.

Stigosmo do izletišta „Orah“ i veštačkog orahovačkog jezera u nedrima parka „Papuk“. Voda mirna i bistra, u daljini se vidi pokoji kupać. Leti ih tu bude i duplo više nego što Orahovica ima stanovnika, nedeljom čak oko 10.000. Stanu nekako, ima mesta za oko hiljadu automobila, ograđen je prostor za roštilj i za kampovanje. Mnogo lepo i pitomo mesto okruženo toboganima i ostalim letnjim rekvizitima za najmlađe.

Orahovicu nazivaju i gradom manifestacija. Svakih mesec dana održava se bar jedna. Početkom juna tradicionalno je „Orahovačko proleće“, kada preko hiljadu dece različitog uzrasta, u odeći sa cvetnim dezenom, defiluje glavnom orahovačkom ulicom. Podjednako je živopisna i avgustovska manifestacija „Legenda o Ružici“, sa kostimiranim viteškim turnirima, trpezama i „buketom“ dvorskih dama, kad, kaže naš vodič, „cela Hrvatska dolazi u Orahovicu“. A „polu“ Hrvatske dolazi na fišijadu, čobanijadu, kestenijadu...

Radmila Tamindžić



ROBINZONI SA HRISIJA

Umetnici, avanturisti i moderni hipici uz specijalne dozvole borave pet meseci na rajskom ostrvcetu Hrisi uz jugoistočnu obalu Krita. Ne smetaju im ni domaćini, niti najezda turista tokom leta. Smeta im samo što će jednom morati da odu iz ovog raja koji nudi iskonsku, nedirnutu lepotu zemaljske prirode.

Ranije, dok nije bilo navale Engleza, Nemaca i pola miliona Italijana u doba feragosta, u avgustu ste mogli na najvećem i najznačajnijem ostrvu Grčke – Kritu da se vozite do mile volje malim iznajmljenim džipovima bez bojazni da će polupijani podanici krune da izlete na levu stranu puta, zaboravljajući da nisu kod kuće. Mogli ste da se kupate na najskrovitijim plažama ovog prelepog, nešto više oko 400 kilometara dugog ostrva, a da vas ne prekine u miru, uživanju i tišini neka od „navijačkih hordi” – fanova Premijer lige, koja je samo premestila mesto navijanja na najlepše plaže sveta ovog drevnog ostrva minojske civilizacije.

Ali, uz sam Krit, postoji jedno krečnjačko ostrvce – Hrisi, veličine naših većih rečnih ada na Dunavu. Pet kilometra dugačko i kilometar i po široko, pod zaštitom je države Grčke, u statusu Nacionalnog parka, gde „navijači” raznih klubova i ne dolaze toliko često, jer im je previše komplikovano da napuštaju lokalne barove. A i na brodovima, koji od Jerapetre na jugoistoku Krita plove nepun čas do ovog skrivenog rajskog kutka Grčke, nema dovoljno rezervi piva za navijačke ispičuture. Ostrvo,

prepuno plaža poput polinezijskih, gde uranjate u vode bistrine tečnog kristala, sedite u hladovini zaštićenih libanskih kedrova i po 200 godina starih, nudi i rastvara svoje čari posetiocima od 11 pre podne pa do četiri popodne. Za turiste željne izleta u nepoznato, „netaknuto”, rajsko, barem tako deluje ova lepota na sve. Turistički brodovi dovoze i odvoze svetske globtrotre sa raznih strana, koji se do besvesti slikaju na obalama i plažama, u senci kedrova ili tirkiznoj toploj vodi uživaju i dozivaju decu.

„NEVIDLJIVI” LJUDI

Sve to, u zaleđu plaža, u mekom belom pesku, na maloj uzvisini između retke hladovine libanskih kedrova, na jugoistočnoj strani Hrisija, okrenuti prema obali i suprotnoj strani zaliva Belegrin – gde i pristižu turistički brodići, posmatraju skoro „nevidljivi” ljudi. Uz nekolicinu „razbacanih” šatora, bez ljutnje što im je pomućen mir i nirvana, koju su kao retki srećnici dostigli tu na samom kraju kontinenta uz Libijsko toplo more. Gledaju netremice pridošlu gungulu bleđih kontinentalaca, severnjaka koji će da izgore na ovom vrištećem sjaju mediteranskog sun-

ca. Potom se spokojno spuštaju do plaže i Spirosovog bara, jedinog od dva na ostrvu koji nudi koktele po paprenim cenama, uz zamenu za voće tropa sa onim iz „endemskog vrta” – zapravo bašti iz brdskog dela Krita.

Prilaze oprezno gomili, kao opasnim vrstama u zoološkom vrtu. Dok koračaju, muškarci i žene bronzanih tela, u maramama i laganim košuljama od pamuka, koji landaraju na večnom vetru Libijskog mora, ne mogu im se odrediti godine starosti. Nekoliko parova iz Francuske, Engleske, Holandije i Španije koji su pored domaćih modernih hipika iz Hanje, Hersonisosa, Agios Nikolaosa i Atine dobili specijalne dozvole za boravak tokom nekoliko meseci letnje sezone, spretno i brzo, bez emocija, postavljaju svoje umetničke forme. Napravljene od oslikanih kamenčića, školjki i ručno izrađenih kanapčića uz savitljive prutiće od vrbe ili mladica kedra koji igraju, vrte se u krug i u neverovatnoj ravnoteži, nestvarno, kao u bestežinskom stanju, odgovaraju na udare vetra. Nakit, ručno izrađen, okupio je mnogo više ženski deo turističke populacije tako da „padaju” i prve jurnjave do kedrovog hlada, kako bi se pronašao





Artists, adventurers and modern hippies with special permits stay for five months on the paradise island of Chrissi along the southeast coast of Crete. Their hosts do not bother them, nor numerous tourists during the flight. It only bothers them that they will have to leave this paradise once, offering the primordial, untouched beauty of earthly nature.

„odmoraški buđelar“. Unikatne minduše, ogrlice i prstenje je ono što će po kancelarijama i fabrikama, širom maglovlite i hladne Evrope, u zimskim danima prepričavati zavidnim kolegicama uz dogodovštine sa urlaba (nem. odmora), a kruna dokaza Hrisi-raja biće ručno izrađeni nakit letnjih Robinzona.

TROPSKI BAR, KOKTEL NAM DAJ

Uspevamo da zapodenemo razgovor sa Eženom i Lidijom iz Nanta, Francuzima koji su „otkrili“ Hrisi još pre desetak godina i obilato koriste nekada davno stečena poznanstva u kancelarijama Ministarstva turizma Grčke. Akademski umetnici, vajar Lidija i Ežen slikar, borave na ovom parčetu raja po šest meseci, od maja do oktobra. Ne mogu da razgovaraju zbog navale mušterija i Ežen već postavlja štafelaj za brze, skoro kroki, ali veoma verne portrete.

Turistička masa vrišti, pije pivo i koktele, igra uz rege zvuke iz Spirosovih zvučnika, bara koji nudi tropske koktele po cenama kao da je na Tahitiju. Iako je voće iz plastenika sa „kopna“, a alkohol iz marketa u luci, mlađarija zamišlja da je u filmu „Koktel“, beži u hladovinu ili more, da spere vrućinu i beli pesak prepun

školjkica i drugih zaštićenih vrsta na ovom ostrvu. Već posle tri popodne počinje dozivanje dece, pakovanje suncobrana, ležaljki i „najeza skakavaca“ prolazi kao što je i došla. Nepomućen mir nastaje kao nagrada i obavlja plaže ovog povremeno zasenjenog raja drevne Helade.

NOĆ NA HRISIJU

Pristajemo na iskren Eženov poziv, da uz njihov višak vreća za spavanje provedemo noć na Hrisiju. Da u nepomućenoj atmosferi čistote i mira, pod zvezdanim nebom, zamenimo buku turističko-odmoraške gomile na kopnu, za parče raja, barem za jednu noć. Masline, devičansko ulje, tost, kozji sir uz par flaša čuvenog vina „Recine“, ohlađenih u jedinom frižideru na ostrvu, efikasno su izbrisale buku i kaos iz naših glava i izmestile vrisku dece i mnoštvo jela iz hotelske kuhinje u neku drugu dimenziju. Noć uz gitare, Kleptona, „Stonse“, priče o životu, prirodi, umetnosti, bili su ulazak u novi svemir u kome žive po pola godine ovi moderni Robinzoni i jedva čekaju da vreme letnje seobe ponovo dođe. Ništa im ne smeta, ni voda koju skupo donose brodovi, kupanje – štedljivo, sakupljenom kišnicom u

burićima zakopanim i zamaskiranim oko šatora i njihovih bivaka. Ne smetaju im ni domaćini, čitave porodice iz Hersonisosa, Jerapetre, Hanje i drugih mesta, koji tradicionalno krajem septembra provedu porodično na Hrisiju po nekoliko dana. Ni ova turistička najeza tokom leta, jer im omogućava skoro „prvobitni život“, iako preko godine svaku paru odvajaju od školskih plata ili drugih poslova u rodnoj Francuskoj. Smeta im samo što će jednom morati da odu iz ovog raja, na onaj svet, a ne misle da će im biti lepše ni u onom nebeskom, poverio nam se Ežen na polasku kad je pristigao brodić za snabdevanje.

Jer, ovo je raj, za bilo koga ko želi ili voli iskonsku, nedirnutu lepotu zemaljske, davne, nepokvarene prirode. Na odlasku shvatamo da je još malo mesta na planeti koja svetski turistički mlin nije samleo. Možda je sada, nakon distance od par godina i tamo stigao „progres“ i đinđuve za pola evra koje turisti kupuju umesto Lidijinih i Eženovih plešućih kamenčića na vetru Libijskog mora. Ali, izgleda, to je cena progressa...

Tekst i foto: D.K.-I.

RIZNICA RAZNOLIKOSTI

Alžir je zemlja o kojoj nisam imala nikakve posebne asocijacije, niti dublja znanja, stavove ili predrasude. Jednostavno nisam o njoj razmišljala, čak ni u momentima kada sam maštala o ponovnom odlasku u pustinju. A onda su pristigle sličice prijatelja sa putovanja po Alžiru napravljene u dubokoj peščanoj pustinji. I to je bila dovoljna kopča između mog nomadskog duha i te ne tako daleke zemlje. Nit se uspostavila. Otisnula sam se na to putovanje spremna da sve što mi bude na putu primam postepeno, bez očekivanja, bez blokada, spontano. Danas sam sigurna da je 15 dana proputovanja po Alžiru, i način kako sam to doživljavala, ostavilo u meni duboke tragove koje ću još dugo moći ispitivati, analizirati, skladištiti. Jednostavno, Alžir je za mene postao rznica raznolikosti, jedna duboka zemlja koja ima šta da pokaže i u kojoj se, još više, ima šta doživeti.



*Tekst i fotografije:
Dragica Tomka
putnik, istraživač, putopisac*

MEDITERANSKI GRADOVI

Tri velika grada – Alžir, Konstantin i Oran su prvi utisak koji još dugo treba da se sleže zbog jasnih konflikata koji se mogu videti između ambijenata i stila življenja. U svojim prostorima, na trgovima i ulicama, i u velikim i onim malim i zbijenim kućama, čuvaju u nedrima tragove života starih plemena, doseljenika i novih stanovnika. Kao i mnogi drugi kolonijalni gradovi trpeli su ogromne promene, ne samo urbanističke i istorijske. Čini se da su kulturološke promene bile najsnažnije. Uočljivo je smenjivanje načina življenja različitih naroda, od starih berberskih naroda, zatim mnogih žitelja koji su pratili osvajače tokom vremena, od kojih je period francuske vladavine najupečatljiviji, a zatim odlazak Francuza i popunjavanje gradova ljudima koji su u to vreme živeli neki svoj drugi život. Sve ove promene dovele su do toga da izuzetan položaj i prirodno okruženje održi ove gradove sve do danas važnim čvorištima i centrima razvoja. Ali sudaranja životnih stilova i danas su upečatljiva. I to je najsnažniji utisak koji nosim iz ovih gradova. Podjednako u sva tri grada vidljiv je nesklad između arhitekture

i uslova stanovanja i prilagođenost ljudi, sadašnjih stanovnika, tim uslovima. Nekadašnje velike zgrade koje vas mislima vode u francuske gradove Pariz ili Marsej, danas su zapuštene, oronule. Francuski balkoni su prekriveni velikim čaršavima, a vešom koji se suši. Na velikim trgovima i širokim bulevarima ima dosta trgovina, restorana, kafea, ali samo u najužim delovima grada u njima se može videti porodica, žene i deca. I mislim da to nije samo odraz standarda življenja. Burne promene, jednostavno su, bar tako mi se čini, poterale neke ljude da se na brzinu prilagođavaju novim uslovima, da svoju tradiciju prilagode zatečenim uslovima življenja neke druge tradicije. I doći će to sve na svoje mesto, ali interesantan i svakako vredan za videti, jer se u njima može na jednom mestu proći duga istorija alžirskog naroda – od života nomadskih berbera koji žive u Kasbi, do potpuno savremenih četvrti u kojima su sve tekovine savremenosti – automobili, veliki luksuzni hoteli, šoping centri.

Vrlo uzbudljiva konfiguracija terena na kojem je izgrađen grad Konstantin, danas veliki moderan grad



Oran – jedan od tri velika mediteranska grada – razvoj i promene su vidljive



Alžir – veliki, prostran moderan mediteranski grad



HODAJUĆI TRAGOVIMA RIMSKE IMPERIJE

Iako sam na svojim putovanjima po zemlji i svetu imala prilike da vidim više arheoloških lokaliteta iz rimskog perioda, iz nekih razloga tri nalazišta u Alžiru – Džemila, Timgrad i Tipasa su na mene ostavila izuzetno snažan utisak, koji se produbljuje do osećaja suživota na tim prostorima. Dugo sam razmišljala šta bi mogao biti razlog? Možda momenat, raspoloženje, izuzetni lokalni vodiči? Nisam sigurna, ali mi se čini da je to celokupni ambijent lokacija koje nisu remećene razvojem i gde su lokaliteti prolazili kroz vreme do danas bez nadgradnje novih objekata i trpljenja novih života. Sva tri lokaliteta su veoma prostrana i na njima se nalaze čitavi kvartovi sa tragovima, ne samo monumentalnih objekata poput amfiteatara, kapija, termi ili sudnica, nego su jasno vidljivi ostaci ulica, kuća, struktura domova, pijace, biblioteke, mesta za večernji provod muške populacije. U Timgradu, položenom na 1.000 m.n.v, koji je najprostraniji i koji je osnovao imperator Trajan 100. g.n.e. očuvana je struktura sa jasno vidljivim kardo i dekumanusom, kvadratnim četvrtima, pijacom gde su ostale tezge i natpisi sa reljefima-oznakama šta se prodavalo na toj tezgi (riba, grožđe, voće i sl). Šetajući ulicama potpuno se može u mislima oživeti u sebi život Rimljana iz tog perioda. Sva tri arheološka lokaliteta su pod zaštitom UNESCO-a od 1982. godine i imaju svoje vrlo bogate muzejske postavke, odlične lokalne vodiče i, na žalost, veoma malo posetilaca, osim školaraca iz okolnih velikih gradova.

STARI GRADOVI KOJI ČUVAJU TRAGOVE PROŠLOSTI

Na ovom putovanju obišli smo više malih gradova koji su još uvek živi i u kojima vreme nije stalo, ali je usporeno nošenjem tragova prošlih vremena i primanjem uticaja savremenosti. Najsnažniji utisak mi je ostavilo nekoliko njih. Casba u gradu Alžiru najviše trpi promene koje su uzburkane i time doprinose da je ona danas mešavina napuštenih siromašnih četvrti sa skromnim uslovima higijene i stanovanja i delova koji primaju novine, obnavljaju se i u kojima stanovnici



Berbersko-rimski lokalitet Džemila (Cuicul) iz 1.v.n.e. - obavijen tajnošću i oblacima

SREDNJEVEKOVNI GRADOVI ALŽIRA

Srednjevekovni arapsko-berberski gradovi nastajali su na tlu današnjeg Alžira za vreme Otomanskog carstva, od 6. veka na dalje. U to vreme su se sudarali nomadski slobodni duh brojnih berberskih i drugih plemena i postavke jednog carstva. Stanovnici su se zbijali i gradili naselja koja je trebalo da im pruže udobnost, sigurnost, zaštitu i sve druge uslove za život. Prirodno okruženje severnih i centralnih delova Alžira pružalo im je brdovite prostore na blagim visoravnima koje su se spuštale ka pustinji. Zemlja svih nijansi od žute, preko narandžaste, mrke, crvene pa do sive i crne služila je za pravljenje cigala, blokova ili prosto zidova oblih ivica i blagih ovalnih formi. Ulice su veoma uske, jer su tako štitile od nemernika, ali i sunca, vetrova. Ponekad su ulice probijene kao tuneli i ulaze duboko u brda. Kuće su uske i visoke kao dva do tri sprata sa zidovima formiranim tako da unutar građe veoma usko dvorište sa stepenicama kojima se ulazi na svaki nivo stanovanja i doseže do krovne terase sa koje ukućani mogu osmatrati. Ulaz u kuće je uska drvena izrezbarena kapija, skoro uvek niža od čoveka kako bi čovek pognut, sa poštovanjem ulazio u porodični „hram“. U ponekim gradovima su te kapije i cele kuće bile ukopane i u zemlju 2-3 metra kako bi donosile hladnoću u vrelim letnjim danima, ali i bolje skrivale od nepoželjnih gostiju. Otvora na kućama ima veoma malo i na spoljnjem uličnom zidu, ali i unutar kuće, kao da su ukućani želeli da sakriju svoju intimu življenja – svoje žene, decu. Žene nekad, ali i sada u nekim gradovima u kojima žive ortodokсна plemena, kao što su Mozabiti, na primer, veoma malo izlaze iz kuće i ne susreću se sa nepoznatima. Zbog toga je iznad kapije otvaran mali otvor – rupica kroz koju je žena iznutra mogla da vidi ko to lupa na vrata. Prozori su i nekad, ali i sada, zaštićeni metalnim mrežama, ili drvenim daskama. Danas preko tih otvora su često postavljene satelitske antene ili naprosto platneni čaršavi, ili veš koji se suši. Odakle je dolazila svetlost u unutrašnje prostorije, ili vazduh nisam do kraja dokučila, ali u tim prostorima nije zagušljivo i oseća se da vazduh struji. Neku mudrost građenja udobnog doma u tim uslovima i tim vremenima su očito imali. Iz tih razloga je i čuveni arhitekta, urbanista, slikar i vajar Le Korbizije više puta navraćao u ove predele i proučavao arhitekturu, konstrukciju i uređenje objekata. Imali smo priliku da obiđemo i veoma interesantnu, još uvek aktivnu mošeju i mauzolej, predivno lociranu usred ničeg, na platou iznad predivnog mesta El Atteuf, sa divnim blago zatalasanim belim zidovima i razigranim unutarnjim prostorima u kojima se i danas drže molitve, odvojeno za muškarce i za žene, pripadnike plemena Mozabiti.



Trg u mozabitskom gradiću El Ateuf



Pijačna atmosfera na marketu u mestu Timimoun u srcu Alžira

pokušavaju da za sebe, ali i posetioce, pruže sliku tradicije življenja. Tu se može naići na delove koji liče na ostala "kartonska" naselja, ali i lepe ulice sa uređenim kućama u kojima možete posetiti drvoresca, opančara, umetnika koji radi nakit, keramiku ili popijete vodu iz divno oblikovane i oslikane česme.

Na ovom putovanju obišli smo više malih gradova koji su još uvek živi i u kojima vreme nije stalo, ali je usporeno nošenjem tragova prošlih vremena i primanjem uticaja savremenosti. Najsnažniji utisak mi je ostavilo nekoliko njih. Casba u gradu Alžiru najviše trpi promene koje su uzburkane i time doprinose da je ona danas mešavina napuštenih siromašnih četvrti sa skromnim uslovima higijene i stanovanja i delova koji primaju novine, obnavljaju se i u kojima stanovnici pokušavaju da za sebe, ali i posetioce, pruže sliku tradicije življenja. Tu se može naići na delove koji liče na ostala "kartonska" naselja, ali i lepe ulice sa uređenim kućama u kojima možete posetiti drvoresca, opančara, umetnika koji radi nakit, keramiku ili popijete vodu iz divno oblikovane i oslikane česme.

Staro poznato trgovačko središte za nomade i putnike-trgovce Bou Saada, nalazi se na visoravni u severnom delu Alžira. I danas ima dobro očuvanu medinu sa marketom. Najpoznatiji je po muzeju u rodnoj kući poznatog alžirskog slikara Alfonsa Etiena Dine-a sa kraja 19. veka.

Dolina Mzab se prostire na nadmorskim visinama od 300 do 800 m, a odlikuje se stenama crne i crvene boje u različitim formacijama.

Na toj visoravni su se u 10. veku nastanili Ibaditi, jedno od većih berberskih plemena, ustanovivši pet gradića, koji su poznati pod zajedničkim imenom Pentapoli. Gradovi su specifični i vrlo interesantni, lepe arhitekture prilagođene prostoru i vremenu življenja. U centru svakog od tih gradova nalazi se utvrđeni deo-ksur, koji u centru ima džamiju čiji je minaret bio i osmatračnica povezana oružarnicom, za odbranu od napadača. Oko tog centra u kružnim ulicama izgrađene su sve iste skromne kuće. Zbog svojih karakteristika i posebnosti, pod zaštitom su UNESCO-a od 1982. Danas su svi ovi gradovi živi i naseljavaju ih pripadnici plemena Mozabiti koji su berberskog ibaditskog porekla, ali su kasnije primili islam zadržavši poneke svoje običaje. Imali su svoj jezik i svoje pismo koji se sada gube. Tih pet gradova su: El-Ateuf (najstariji), Bounoura, Melika (u kojem danas živi crno stanovništvo), Ghardaïa (koji je danas najveći i središte je vilajeta) i Beni Isguene (koji Berberi smatraju najsvetijim).

Ghardaia je vrlo zanimljivo pustinsko mesto, na neki način glavni grad u visoravni Mzab. Danas je razvijeniji turistički centar u inače slabo turistički razvijenom Alžiru. Najlepši je prostran glavni trg sa marketom ka kojem su okrenute zgrade u krug i svojim izlozima i izloženom robom čine divan živi ambijent. Na ovom trgu se može osetiti duh življenja malih gradova Alžira. Na trgu su trgovci i skoro svi odrasli muškarci. Žene, kao i u drugim delovima Alžira ne izlaze i ne bivaju na trgovima, ulicama i u restoranima, kafanama.

Zalazak sunca na ksurom i glavni trg i tržnica u starom trgovačkom središtu Ghardaie





All the impressions from my trip to Algeria could be divided into five segments. The first impression is the excitement of life in which the traces of different times, cultures, customs and lifestyles of the great cities of Algeria in the northern Mediterranean area intertwine. The next strong impression is the deep experience of the living space preservation of the great Roman Empire provincial cities, located in the arena of archaeological sites. The central part of Algeria with extraordinary living spaces of small towns that have been slowly enduring for centuries is a place that will live breathless all fans of old cultures and visibility and tangible traditions of life of indigenous communities. The fourth impression is the Sahara Desert and the Oasis of Djanet, but I could never leave out not to mention the pleasantness of people, hospitality, the desire to share some calmness, silence and simplicity and joy of life.

Ženi, zabrađenoj i sklonjenoj od znatiželjnih očiju, po njihovim običajima mesto je u kući uz mnogobrojnu decu. Na ovom trgu se mogu naći svi tradicionalni lokalni proizvodi vrlo lepih oblika, boja, šara – keramika, čuveni ćilimi, tradicionalna odeća i obuća, muzički instrumenti, nakit, predmeti od kože, bronzne ili drvene. Impresivan je bio pogled na ovaj trg i celo naselje sa ravne krovne terase kuće jednog od trgovaca koji nas je pozvao da sa njegovog krova doživimo promjenljivost boja zidova i neba pod zracima zalazećeg sunca.

Najdublji utisak na mene ostavila su dva gradića koja su osnovali i još i danas u njima živi ibaditsko pleme Mozabiti – El Atteuf, najstarije mesto u dolini Mzab, osnovano još 1012. godine i Beni Isguen, osnovano 1347. na sastavu dve reke N,tissa i M,zab. Za Mozabite važi da su nezgodne naravi, zatvoreni i vrlo tradicionalni. Po religiji sumitski muslimani, Mozabiti su uspjeli da zadrže neke svoje tradicionalne običaje i navike. I danas u mestima u kojima žive ne dozvoljavaju kontakte, niti fotografisanje ni muškaraca ni žena. Na uskim ulicama i trgovima se mogu videti muškarci koji, sedeći na kamenim klupama ili u kafanama, razgovaraju. Žene su prekrivene belim plaštom preko celog tela i imaju otvoreno samo jedno oko. Kroz to jedno oko im je otvoren njihov svet. U slučaju susreta sa Mozabitkinjom, ona se ili sklanja u druge ulice, ili ulazi u kapije kuća, ili se okreće zidu, kako ne bi bila primećena. Ponegde su na zidovima ovih kuća ostali plitki otvori – niše koje su upravo služile za sklanjanje žene od prolaznika. Mozabita ima i u velikim gradovima gde uglavnom žive u zajednicama, kako bi koliko-toliko zadržali svoje običaje.

Sa zapadne strane ove alžirske regije nalazi se još jedno naselje koje deluje veoma impresivno sa tamno crvenim oblim zidovima, labirintskim ulicama, malim trgovima i živošću marketa. To je Taghit. Ne zna se godina nastanka starog ksara, jer je veoma staro, ali od starta veoma dobro urbano uređeno, sa kanalisanom rekom podmornicom



Vodič tuareg pokazuje paleolitske petroglife u pustinji kod oaze Djanet

sa koje je svaka kuća imala svoju vodu. Taghit je i najviše prihvatio posetioce za koje čak postoji za sada nekolicina objekata – uređene kuće starosedelaca u kojima se može boraviti u zaista veoma autohtonom prostoru. U novom delu gradića ima i drugog smeštaja. Tu smo posetili ulični market i doživeli vrevu trgovanja, po čemu su svi ovi narodi poznati još od davnih vremena.

JEDAN UTISAK O SAHARI

Spuštajući se južnije od ovog pojasa starih trgovačkih gradova, putem koji je još od 8 – 9. veka spajao karavanske puteve Sredozemlja sa putevima kroz transsaharski prostor, postepeno smo zadirali u ogromno prostranstvo peska, kamena, pustoši divljine. Pustinja Sahara je jedan od najmoćnijih prostora. Ona se doživljava svim čulima i mami i vuče u svoje dubine. O njoj se treba napisati posebna priča. Ovde



Vrlo slikovit prostor trpezarije u hotelu Les 2 tours, u mestu Gardaia



Prostor ljubija u hotelu El Boustene u mestu El Menia, je divno umetnički ureden sa radovima lokalnih umetnika



Vrlo ukusno jelo šćuka, u usputnom restoranu

ću samo navesti da su tri dana provedena u dubini u pustinji u velikoj oazi Džanet, doživljaj koji se utiskuje u sve delove. Pustinja je kao more – nepregledna, nedokučiva, nedostižna, daleka, a opet tako bliska, tako realna, tako opipljiva. Ona spaja nebo i zemlju i čovek se u njoj oseća poput samo jednog zrna peska i tako dostiže osećaj pripadnosti jednom. U pustinji, u oazama žive ljudi, ovde Tuarezi, ili plavi ljudi, „slobodni ljudi“ koji su prepoznatljivi po svojim indigo turbanima, zvanim šaš. Tuarezi su poseban narod, čak i danas su zadržali neke svoje običaje. Ali oni su duboki, mirni, okrenuti ka sebi kao pustinja kojom su okruženi i koju poznaju, vole i osećaju. Sahara u Alžiru je upravo takva i ona daje za večno pamćenje.

GOSTOPRIMSTVO

Posle velikih društvenih promena koje su se dogodile, danas Alžir ponovo uzima zamah u razvoju, pa i u obezbeđenju uslova da se velike vrednosti i atraktivnosti Alžira predstavljaju svetu. Alžir danas nije turistički razvijen. Te burne promene se svakako odražavaju i na način življenja, ali i otvorenost ljudi prema strancima, spremnost da ugoste, prihvate i isprate posetioce. Struktura stanovništva po etičkoj, religijskoj pripadnosti i nije toliko raznovrsna, koliko su velike razlike u načinu življenja u recimo velikim i većim gradovima, u odnosu na one malo sakrivene, u selima ili u pustinjским oazama. Alžirci su generalno vrlo gostoprimljivi, vrlo topli, otvorenog pogleda, spremni da pruže pomoć, da pruže uslugu, pa i informaciju iako ne znaju druge strane jezike, čak ni francuski, koji im je zvanični jezik. Putujući zabitima i putevima na kojima nema turista, u svakoj drumskoj kafani, na benzinskim pumpama, ili u malim restoranima, gostionicama u selima kroz koje putevi prolaze, svuda smo nailazili na prisnost. Čistoća je na zadovoljavajućem nivou i postoje dovoljni uslovi da putnik nešto pojede. Hrana je ukusna, mada vrlo oskudnog izbora. Nije tipična arapska, nema puno povrća ili voća, niti začina. U ponudi dominira meso, čorbe i tek ponegde kus-kus. Kao da se izgubila ishrana kakvu očekujemo. Hoteli su vrlo skromni, većina izgrađena u periodu od pre 20-ak godina. Sada se polako renoviraju, ali nose sa sobom neznanje usluživanja. Osoblje je ljubazno, ali vrlo malo zna, na primer, kako ugostiti 30 gostiju odjednom. Nekoliko hotela bilo je zaista vrlo lepo, originalno i autentično, i u njima se osetio onakav duh Alžira kakav očekujemo od arapskih pustinjских regija. Iako Alžir treba

još mnogo toga da uradi da bi povratio turiste i uhvatio korak sa razvijenijim turističkim destinacijama poput Maroka ili Tunisa, kroz Alžir se može bezbedno putovati, doduše uz pratnju policijskih patrola, ali dobrim putevima kroz zanimljive prostore.

KAKO SVE TO STAVITI U JEDAN OPIS?

Sumirajući utiske sa putovanja po Alžiru, u dobroj organizaciji agencije Van Gogh iz Maribora, svesna sam da sam i ovaj put od putovanja dobila mnogo više nego što sam očekivala. To me je i uverilo u stavu da ukoliko od putovanja ne očekujemo mnogo, mnogo ćemo dobiti, i to utiske i doživljaje koje i nismo mogli planirati. Sve te utiske bih nekako mogla podeliti na pet segmenata, međusobno različitih, a opet povezanih u jedan pačvork. Prvi je uzburkanost života u koji se upliću tragovi različitih vremena, kultura, običaja i stilova življenja velikih gradova Alžira na severnom mediteranskom delu. Sledeći jak utisak je satkan od dubokog doživljaja očuvanosti prostora življenja provincijskih gradova velike rimske imperije, koji se nalaze u pojasu arheoloških lokaliteta u severnim delovima Alžira. Centralni deo Alžira sa izuzetnim prostorima života malih gradova, koji lagano teče već vekovima, od praistorije, preko nomadskih berberskih kultura, do otomanskog carstva sve do danas, prostor je koji će sve ljubitelje starih kultura i vidljivosti i opipljivosti tradicije življenja autohtonih zajednica, ostaviti bez daha. To je prostor gde se ulazi u dubinu, gde se aktiviraju sva čula, gde se pomeraju granice percepcije savremenog sveta. Četvrti, ne manje snažan utisak je pustinja. Pustinja Sahara. Oaza Džanet usred Sahare. Ta neopisiva, čarobna i duboka pustinja vas rastavlja na najsitnije komade, na zrnice peska u peščanoj divljini, na vrela zrak sunca nad pustinjским dinama i oslikanim kamenim blokovima, nad ogromnim kamenim figurama koje je priroda vajala i vreme stvaralo i u kojoj upijate tragove života svega što je do sada bilo. Nikako ne bih ovaj putopis da završim, a da ne spomenem prijatnost ljudi, gostoprimstvo, želju za deljenjem neke mirnoće, utišanosti, ali i jednostavnosti i radosti življenja.

AGENCIJE NA CRNOJ LISTI

Novim zakonskim propisima biće uvedene rigoroznije mere za osnivanje turističkih agencija i obaveza njihovog licenciranja, kaže ministar trgovine, turizma i telekomunikacija Rasim Ljajić i najavljuje da će biti uvedene crne i bele liste turističkih agencija.

To bi značilo da će putnici na sajtu Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija moći da vide koju vrstu licence agencija ima, da li je bilo ranije primedbi turista na njihov rad, te da li su podnošene prijave.

Ljajić je pojasnio da će biti uvedene tri kategorije licenciranja – A, B i C, kako bi se zaštitile i male agencije koje dobro rade, ali pre svega putnici. To podrazumeva da će agencija koja ima A licencu morati da plati 500.000 evra polisu osiguranja i 50.000 depozit, za polisu B – 40 0.000 evra osiguranja i 25.000 deopozit i za polisu C – 300.000 evra polisa osiguranja i 15.000 depozit.

- Zabranicemo subagentima da se kod njih uplaćuju sredstva, već novac mora direktno da se uplati organizatorima putovanja – rekao je



Ljajić, dodavši da „nije normalno da Srbija ima 560 agencija i toliko subagenata“.

On je naveo da problem sa turističkim agencijama imaju i druge države i da je u EU od 1. jula stupila na snagu nova uredba namenjena zaštiti potrošača, putnika i turista.

Izvor: Tanjug



MUZEJ ILUZIJAU BEOGRADU

Nakon Beča, i Beograd je dobio svoj Muzej iluzija! Soba ogledala, kaleidoskop, prostorija koja menja percepciju veličine osobe, didaktičko-logičke igračke i zagonetke, samo su deo eksponata i zabavne ponude novootvorenog muzeja u samom centru Beograda. Posetioci mogu hrabro da uskoče u vrtlog iluzija u Vortex tunelu, kao i da uđu u sobu ogledala idealnu za „selfije“. Ili da isprobaju stolicu koja menja percepciju veličine, tako da se osoba na stolici čini izuzetno malom u odnosu na druge ljude u prostoriji. Mogu i da igraju poker sa svojih 5 kopija za stolom za kloniranje, i vrate se u detinjstvo uz kaleidoskop, čije razigrane uzorke, umesto šarenih papirića i perli, čine sami posetioci.

Muzej iluzija u Beogradu već je postao jedna od omiljenih gradskih destinacija, naročito zato što brojni posetioci svoje doživljaje mogu da fotografišu i podele na društvenim mrežama.

Muzej je smešten u Nušićevoj 11, a radno vreme je svakoga dana od 9 – 22 časa.

KUPALIŠTE NA PALIĆU

Izgradnja modernog kupališta na Paliću na pragu je realizacije. Komisija za planove odobrila je arhitektonski i građevinski projekat „Proširenje sadržaja na Termalnom bazenu“, građevinska dozvola je dobijena, a što je najvažnije, obezbeđena su sredstva za realizaciju prve faze ovog kapitalnog projekta, vrednog ukupno oko 8 miliona evra.

- Biće tu otvoreni i zatvoreni bazeni, bazeni sa termalnom vodom, mali akva park, wellness centar sa saunama i turskim kupatilima... Sve će se to raditi na prostoru Muškog štranda, što će doprineti širenju hotelskog smeštaja i privlačenju novih investitora – najavio je gradonačelnik Subotice Bogdan Laban.

Istovremeno, nastavljaju se radovi na popločanju i uređenju staza u Velikom parku i duž obale Lajoša Vermeša do hotela Prezi-dent, u dužini od 1.414 metara, čime će centralna turistička zona Palića izgledati mnogo privlačnije. Nastavljena je i rekonstrukcija Letnje pozornice i Velike terase, koje u odnosu na pre nekoliko godina izgledaju neprepoznatljivo.

Izvor: subotica.com



U zmajevom gnezd

Grad legendarnog Brusa Lija, ali i opijuma i uličnih bandi – trijada, danas je posebna administrativna oblast Narodne Republike Kine, čuven i po tome što ima najviše oblakodera po glavi stanovnika. Jedno parče zemlje između surih planina i mora, megalopolis sa nepunih 8 miliona ljudi, poznat je i kao Njujork Dalekog istoka...

Još kao mali divio sam se filmovima i borilačkim veštinama Brusa Lija. Odmah bismo, kao deca, nakon završetka projekcije u bioskopu „20. oktobar“, još tu na stepeništu bioskopa, bezuspešno imitirali pokrete i grimase našeg heroja. Zbog vike i prepoznatljivih krikova, po koji prolaznik bi nas opomenuo, neko bi zastao i smeja se, a mi smo na ulici uveliko odavali počast čoveku i junaku koji je za nas bio mnogo više od idola. Ono što me je u pozadini filmskog platna oduvek fasciniralo je nešto sasvim treće. Vrlo često je provejavao jedan veliki grad „sa ogromnim zgradama“, kako sam ga tada doživljavao. Ispod njega su uvek kružile stare drvene barke, koje su se brzo pojavljivale i još brže nestajale u kadru njegovih filmova. Kao da su me prizivale, mameći svu svoju snagu i lepotu jednog potpuno stranog i za mene tada neobjašnjivog sveta. Verovatno su me čekale u budućnosti sve te neotkrivene tajne i tiha mistična obećanja da ću sve to jednoga dana sigurno i videti. Samo da se malo strpim, da odrastem i da za to dođe pravo vreme.

KAFA NA DOKU

Sedeo sam u Dohi na aerodromu, čekao dugu konekciju i kao bokser u ringu sa nestrpljenjem stajao naspram konopca, priželjkujući što pre udarac gonga da otpočne meč.



Dok je bliskoistočna noć na nebu gubila runde na poene naspram nadolazeće zore Dalekog istoka, negde između vakuuma vremena nenameštenih satova, oblaka i nebeskih silueta mog davno obećanog grada, Hong Kong mi se tada tiho obratio i rekao da će ispričati priču o sebi, samo pod jednim uslovom! Da sva tri jutra koja budem boravio u njemu, popijem kafu dole na doku sa njim. Ja sam tu ponudu odmah prihvatio, a udarac gonga je označio kraj mog leta i početak dodira sa nečim mnogo drugačijim od svega što sam video do tada.

Prva moja kafa se u isti čas pretvorila u vino, jer me je dočekala noć, a moj toliko dugo očekivani susret sa njim bio je i najjači. Stigao sam na taj dok, nedaleko od mog hotela u kome sam odseo. Na samo pet minuta hoda, čarobnjak Hong Kong sedi ponosno sam i čeka me! Sav kaskadan, osvetljen i ogroman, kao da sedi zabačen u velikoj staklenoj fotelji naslonjen na mrak svog

ostrva u carstvu hiljadu svetlosnih mačeva koji već uveliko gospodare nebom.

Stigao sam u grad koji ima najviše oblakodera po glavi stanovnika na svetu. Jedno parče zemlje između surih planina i mora, megalopolis sa nepunih 8 miliona ljudi. Stigao sam tačno u osam uveče kada počinje „Ples svetlosti” i traje samo do pola devet. Kakva sreća! Tada sav Hong Kong svetli kao u nekom SF filmu. Ceo vidokrug prelamanja svetlosti raznih lasera mogućih boja i dužina. Nebom i betonskim džinom preko puta prelama se svetlosna animacija i video instalacije struje kao da su u pokretu. Ovo stvarno treba doživeti! Sve to ujedno prati mnogo dobra muzika, koja ne znam ni odakle dopire, čas iz vode, sa neba, prelama se ceo ambijent i raznosi svetlost. Hiljade ljudi se gurka oko mene, slika, snima, velika je gužva na prostranom doku. Pogled puca na panoramu Hong Kong ostrva, gde stari svetionik sa moje desne strane uveliko svetli kao


da je podne. Sve to pomno prati i uzavreli noćni vetar koji baca neodoljiv miris Biserne reke pravo meni u lice. Gledam tamnu duboku vodu koja se negde na horizontu uliva u Južno kinesko more. Uskoro saznajem da se nalazim na poluostrvu Kawloon, a ovaj veličanstveni prizor i sve ispred mene je Hong Kong.

JEDNA ZEMLJA, DVA SISTEMA

Hong Kong je grad-država koji je sada posebna administrativna oblast Narodne Republike Kine. Naziv „Hong Kong” je približan fonetički izraz iz kantonskog naziva, što znači „mirisna luka” ili „tamjanska luka”. Grad ima jednu od najliberalnijih privreda na svetu i veliki je međunarodni finansijski i trgovinski centar Azije. Jedan je od najgušće naseljenih gradova na svetu sa 8.544 stanovnika po kvadratnom kilometru. Nekada je bio britanska kolonija, a od 1997. godine je pod upravom Kine, politikom „jedna zemlja, dva sistema”.





 City of legendary Bruce Lee, as well as opium and street gangs – triads, today is a special administrative area of the People's Republic of China, also known for having the highest number of skyscrapers per capita. A piece of land between the mountains and the sea, a megalopolis with almost 8 million people, Hong Kong is also known as the New York of the Far East...

Za vreme Drugog svetskog rata bio je anektiran od strane Japana. Poznati su u istoriji "Opijumski ratovi", koje je Kina vodila sa Englezima i zapadnim silama. Prvi od 1839-1842, drugi od 1856-1860. godine, te je oba izgubila i bila je prinuđena da grad preda Britancima. Grad s kraja '60-ih i '70-ih postaje jedno od stecišta kineske mafije „trijade” i prestonica uličnih bandi, koji svoju pravdu traže i rešavaju Kung-fu borbama na ulicama Hong Konga. Grad je u to vreme bio vrlo opasan i nebezbedan. Na svakom koraku se prodavao opijum, a pošto je Hong Kong velika luka, trgovina ljudima je ovde bila jedna od glavnih poslova trijada. Grad je delio sličnu sudbinu kao i Njujork i često ga krste da je NYC Dalekog istoka. Danas je Hong Kong potpuno bezbedan grad, trijada takoreći više i nema. Oni koji su ostali, infiltrirali su se u sistem, svoju decu šalju na visoke univerzitete u Ameriku i Englesku. Utisak je da onaj ko vlada svetom, drži i Hong Kong pod svojom jurisdikcijom. Administrativna oblast Kine ima suptropsku klimu, a celi

grad se deli na poluostrvo Kowloon, ostrvo Hong Kong i novu teritoriju, industrijsku zonu.

Hong Kong je strahovito brz grad, čak neprijatno užurban za nas Evropljane, i kao svi veliki gradovi na Dalekom istoku, pretrpan je ljudima. Stiče se utisak da svi hodaju kao na nekoj nevidljivoj tekućoj traci koja vrvi od ljudi. Ovde bi se i geometar zasigurno izgubio, a boravak je vrlo kratak da bih se na to i navikao. Duša i srce Hong Konga me magnetizuju dok odzvanjaju hiljadu na sat, a mravinjak ljudi me guta i vodi ko zna gde. Bulevari su ogromni, a trotoari vrlo uski, još kada pridodamo višak ljudi, onda sve to izgleda pomalo haotično.

GRAD NA DLANU

Novo jutro i prva obećana kafa ostaće upamćeni po poseti spomeniku mog idola iz detinjstva Brusa Lija. Nezaboravna vožnja žičarom i odlazak u predivan budistički hram sakriven u brdima sela Ngong-Ping. Potom silazimo na vodu, na romantično krstarenje po Bisernoj reci, gde uplovljavamo na ostrvo Hong Kong po prvi put.

Pristajemo u marinu gde se vidi i oseća jasna klasna razlika u arhitekturi, kao i u koloritu ljudi Kowloona u odnosu na ostrvo Hong Kong.

Polako već pada noć, a ja nastavljam da lutam ulicama Hong Konga, gde se gubim međ' oblakoderima od kojih zastaje dah. Posle duge noćne šetnje vraćam se u Kowloon. Dugo sam tražio svoj minijaturni hotel bez imena, koji se na tren potpuno izgubio u zagrljaju kowloon-skih nebodera.

Sledeće jutro poklonio sam nezaboravnom vidikovcu „Victoria peak” koji se nalazi na obližnjoj planini zapadne obale ostrva i cele oblasti. Posetio sam, kako kažu, jedan od najlepših vidikovaca na svetu, gde se pruža jedinstven pogled na sve tri oblasti: Kowlon, Hong Kong i novu industrijsku oblast. Tri u jednom, a sada je to već u vlasništvu mog oka. Nije jednostavno doći do nje i popeti se, posle vožnje metroom i autobusom, više od dva sata bukvalno. Hong Kong na dlanu, kao i ceo zaliv ispred mene, a u daljini pucaju obrisi grandioznog Kineskog mora i nezavršenih mostova na





pučini. Posmatram skele nepomičnog metalnog čudovišta kako nestaju u izmaglici nepregledne daljine Dalekog istoka. Savršeno organizovana tura “po nebu”, sa vodičem u ušima, dobijenim tabletima i označenom mapom grada. Slušam ceo istorijat ove sada kineske džungle na asfaltu.

RAZGIBAVANJE I BRUS LI U PRIRODNOJ VELIČINI

Obilazim i muzej „Madam Tiso”, gde me dočekuje moj domaćin Brus Li i to u prirodnoj veličini. Najzad slikanje sa mojim herojem iz detinjstva. Ovo je pravi muzej lanca „Tiso”, prepoznatljiv logo puca na suncu koje para nebo. U neposrednoj blizini nalazi se najskuplji deo grada u kom još ima Britanaca i njihovih velelepnihi kuća. Cene jednog ara su abnormalno visoke za naše srpske pojmove.

Spuštam se nazad na obalu starim i autentičnim crvenim vozom iz britanskih vremena, “udobnom šklopocijom“ za turiste koji, dok silazi, ujedno pretvara dve džungle u jednu. Nezaboravna vožnja i lagan spust gde prisustvujem večitoj borbi betona i džinovskog rastinja, dok grane već (ne)savladane prirode još uvek prkose i ljutito udaraju u voz koji je isuviše blizu.

Sutradan sam napokon pronikao u tu drugu dimenziju daleke Azije i posle jutarnje kafe sa Hong Kongom na doku, posećujem čuveni park Kawloon i divim mu se dok gledam koliko samo ovde ljudi drže do svoje vitalnosti, duhovnosti i dugovečnosti. U rano jutro park je uveliko pun starijih ljudi koji se bude uz tai-či-čuan vežbe, a to sve izgleda pomalo nezamislivo i nestvarno. Mnogi rade jogu, dok na drugim delovima parka gospođe i stariji ljudi izvode svoje jutarnje kate u laganom ritmu karatea. Poneko radi i kendo sa mačem bez maske, a katane samo fijuču Kowloon parkom i ne ometaju uzavreli cvrkut ptica. Polako i sigurno shvatam da moj junak kao da nije ni umro. Još uvek njegov duh i dalje plovi srebrnim nebom Biserne reke Hong Konga.

Svoju poslednju kafu sa Hong Kongom pijem vrlo rano, sledećeg jutra, a prvi oblačan dan mi nagoveštava i tužan rastanak sa ovim megapolisom. Srećan što sam uopšte i bio ovde i poklonio se spomeniku mog junaka iz detinjstva, odlazim setan, jer tako je malo vremena bilo da bih do kraja proučio starog svetlosnog čarobnjaka onako kako on zaista zaslužuje. Nismo našli, niti sreli neke nove trijade, niti smo videli stare crvene mundire u obliku britanske soldateske. Mnogo natpisa, ulica i obavezna vožnja levom stranom nas upućuju da su Britanci ostavili dubok trag u kolektivnoj svesti ljudi u ovom vrtlogu nebodera i zelenila. Duhovni život ljudi u kombinaciji sa surim, strmim planinama i prirodom u kontemplaciji sa modernom tehnologijom gradnje najviših zgrada na svetu na jednom mestu, oduzimale su mi dah na svim tim ugovorenim kafama sa Hong Kongom. Moju gratis kafu, popijenu u avionu, poklonjam samo njemu, mom jedinom gradu iz mašte razigranog dečaka. Kako se penjem među oblake, čujem opet kako odzvanja taj gong, dok soliteri probijaju nebeski zvuk. Hong Kong mi se osmehuje i želi mi srećan put, a ja kao Talični Tom jašem opet sam na putu svom i nestajem ka velikom suncu. Idem dalje uz obećanje da ću ponovo doći pod njegovo sveto stakleno nebo i pokloniti mu se još jače nego ikada pre.

Branislav Joković

Za hedoniste sa srcem avanturista

Godinu 2018. tajlandsko Ministarstvo turizma i sporta proglasilo je Godinom turizma, ističući time svoju posvećenost razvoju turističke industrije i otvorenost prema turistima sa svih svetskih meridijana. Tako su i oficijelno svi pozvani u ovu zemlju ljudi velikog srca, s najlepšim osmehom na svetu, zemlju u kojoj je čitave godine toplo i bezbedno, koja je pravi raj na zemlji - raskošna riznica prirodnog, kulturnog i sakralnog blaga, bajkovitih turističkih destinacija, najlepših plaža, dobrih hotela i pitoresknih restorana u kojima se služi raznovrsna i veoma ukusna hrana... Tajland je pravo utočište za umorne željne odmora, za porodično druženje, za zaljubljene, u stvari, za sve one koji su pomalo hedonisti sa srcem avanturista. Na Tajlandu će napuniti baterije, otkriti da je uživanje deo njihove prirode, možda se zaljubiti iznova ali svakako procvetati poput raskošne bele Plumerie, čiji će ih miris iznova vraćati tamo gde su osetili potpuni mir i, u jednostavnosti življenja, spoznali - sreću. Recimo, u Krabi!



The Thai Ministry of Tourism and Sports proclaimed 2018 the Year of Tourism, emphasizing its commitment to the development of the tourism industry and openness towards tourists from all the world's meridians. Thus, all of us are officially invited to this land of people of great heart, with the most beautiful smile in the world, the country where it is warm and safe all year round, which is a true paradise on earth - a luxurious treasure trove of natural, cultural and sacred treasures, fairytale tourism destinations, the most beautiful beaches, good hotels and picturesque restaurants serving diverse and delicious food ... Thailand is a true sanctuary for tired people eager for some rest, for family gathering, for those in love, in fact, for all those who are slightly hedonists with adventurous hearts. In Thailand, they will recharge their batteries, discover that enjoying is part of their nature, maybe fall in love again but certainly blossom like a luxurious white Plumeria, whose scent will return them again where they felt complete peace and, in the simplicity of life, meet - happiness. For example, in Krabi!

Pozivnica za odmor na Tajlandu, može se iskoristiti bilo kada tokom godine, jer čak i u sezoni monsuna, on ništa ne gubi od svoje magije. Naprotiv! Kišu smenjuje sunce, more je toplo i prozračno zeleno, pesak poziva na dokolicu, dok se vlaga meša s teškim cvetnim i začinskim mirisima i prodire u svaku poru tela koje bi da se opusti, odmori, revitalizuje... Na Tajland treba doći bez predrasuda, s čulima otvorenim za nove senzacije a srcem za ljubav... Toliko toga treba videti, probati, osetiti... i potom se iznova vraćati tamo gde smo osetili potpuni mir i, u jednostavnosti življenja, spoznali - sreću. Recimo, u Krabi!

IZAZOV ZA PASIONIRANE ISTRAŽIVAČE

Ljupko turističko mesto na obali Indijskog okeana, 800 km južno od Bangkoka, čak petnaest sati leta udaljeno od Beograda, poznato po nezaboravnim plažama, ostrvima Phi Phi, groblju školjki Susan Hoi – jedinstvenom u jugoistočnoj Aziji, starom 75 miliona godina, po prirodnim fenomenima - Emerald pool, Hot springs i mnogim drugim atrakcijama, od kojih Tigrova pećina spada među najzanimljivije.

Obalu Krabija štiti više od stotinu bajkovitih ostrva, opasanih tirkiznom lagunom i koralnim grebenom. Nad plaže prekrivene sitnim belim peskom, na kojima hladovinu prave senke palmi, uzdižu se iz samog mora visoke, slikovito oblikovane stene. Do ostrva se stiže lokalnim brodićima, koje zovu "long-tail" zbog krme u obliku repa, ili brzim gliserima, koji se mogu iznajmiti na sat ili dan zajedno sa vodičem, kao i oprema za ronjenje. Propustiti priliku da se upozna bajkoviti podvodni svet toplog Indijskog okeana, bila bi neoprostiva greška. Jednako kao i odlazak stalno na istu plažu, jer bezmalo svako ostrvo ima divne osamljene plaže na kojima se može opušteno uživati, daleko od ljudi... Doduše, samo ponegde, kao u Uvali majmuna (Monkey Bay), šarmantni starosedeooci umeju da zagorčaju boravak neopreznim turistima.

USRED DŽUNGLE - ĐAKUZI

U oblasti Krabija nalazi se i Emerald Pool – Smaragdni bazen (Sa Morakot), jedinstvena atrakcija na Tajlandu. Predstavlja prirodni fenomen izuzetne lepote u zaštićenom Parku prirode Thung Teao, šumi bogatoj retkim biljnim i životinjskim vrstama, među kojima je i ptica Pitta Gurnei, odavno izumrla na drugim mestima. U gustoj šumi skriven, nalazi se veliki duboki bazen u krečnjačkoj steni, ispunjen čistom izvorskom vodom sobne temperature, čija smaragdno zelena boja dolazi od algi na dnu bazena. Kupanje u ovom bazenu izazov je koji ne treba propustiti, baš kao ni kupanje u Toplim izvorima (Hot springs), prirodnom đakuziju smeštenom usred džungle, koji čini niz kamenih šupljina ispunjenih toplom vodom, temperature 35-42°C, koja dolazi iz podzemnih termalnih izvora iz vulkanskih komora. U malim prirodnim bazenima voda se puni i preliva po principu spojenih sudova, što je samo po sebi neobičan fenomen. Nalazi se na predivnom privatnom imanju, udaljenom nekih 70-tak kilometara od Krabija, u čijem sastavu su i bungalovi od prirodnih materijala, za boravak onih koji bi da se osame, opuste, da revitalizuju i svoj duh i telo u potpunom miru, prepušteni sebi, uz gotovo nečujne i nevidljive pomoćnice,





Sabai Travel

www.sabaitravel.rs

info@sabaitravel.rs

kupanjem u toplim izvorima, masažom u prirodi, meditacijom, jogom... Neverovatno iskustvo i sasvim autentičan doživljaj.

Oni koji su u dobroj fizičkoj kondiciji a okrenuti duhovnosti, sigurno neće propustiti da posete Tigrovu pećinu (Tiger Cave Temple), budistički hram koji predstavlja najsvetije mesto u provinciji Krabi, u kojoj je budizam vera većine stanovnika. Do njega vodi čak 1.237 stepenika kojima se stiže do vrha uspona gde se nalaze visoke statue Bude i vidikovac sa kojeg puca neverovatan pogled na okolinu - kruna ovog ispita izdržljivosti i duhovne ustrajnosti, vredan svakog pređenog stepenika.

Biti na Tajlandu a ne jahati slonove, prosto je nezamislivo. To je jedna od atrakcija koja se ne propušta ni u Krabiju. Za nagradu od par banana, i po suncu i po kiši, slonovi, pomireni sa sudbinom, prevaljuju istu stazu po ko zna koliko puta u toku dana. Figura slona, privezak ili slika najčešći je suvenir s Tajlanda, jer slonovi, kažu, donose sreću. Samo je sebi, izgleda, ne mogu doneti.

OD RESTORANA DO NOĆNE PIJACE

Prema TripAdvisor-u, u provinciji Krabi ima čak 887 smeštajnih objekata, od vrlo luksuznih do onih koji bi se mogli podvesti pod "neuslovne", što bi se reklo - za svaciji džep. Na Tajlandu je sve više bekpekera za koje kvalitet smeštaja nije preduslov za dobar provod. A kako je u Krabiju toplo tokom čitave godine, na ulici se i živi, i zabavlja do ranih jutarnjih sati, priprema i jede hrana, secka i cedi voće, nudi najbolja masaža... Alkohol je prilično skup zbog visokih poreza, ali je zato domaće pivo "Čeng" veoma popularno.

U kilometarskoj glavnoj ulici smenjuju se restorani sa najraznovrsnijom hranom, najčešće tajskom, kineskom i arapskom, ali je noćna pijaca pravo mesto da se za malo novca isproba sve što se u ovom mestu priprema. Po mišljenju mnogih, tajlandska kuhinja je jedna od najboljih u svetu. Bogatog je i pikantnog ukusa, a u njenoj pripremi koristi se dosta belog luka, čilija, bibera, puno povrća, piletine, svinjetine, manje govedine. Sveži škampi, krabe, lignje, hobotnice... svakog su dana na meniu stanovnika Krabija, kao i sveže povrće i voće, što je pravi izvor zdravlja za ove uvek nasmejane, mirne, prijateljski nastrojene ljude. Domaće jelo je Pad Thai, u čjoj je osnovi pirinač, koji je inače prilog uz sve što se

Hot springs



iznese na sto. U Krabiju mnogo jedu nudle, supe od najrazličitijeg povrća i ribe, salate i uz sve obavezno sosove – najčešće od bibera, sa orasima ili čilijem, a popularni su i crveni i riblji sos, i mnogi drugi. Kuvari su vrlo maštoviti i neverovatno brzi u pripremi i serviranju jela. Osoblje restorana je veoma ljubazno i svi su srećni kada pohvalite njihovu hranu, a naročito kada ponovo svratite. Ipak, potpuno ćete ih osvojiti ako im se za trud, uz pristojan bakšiš, zahvalite na tajskom sa “kobkun ká”, a pozdravite ih u svakoj prilici, uz sastavljene dlanove privučene na grudi, sa “savadi ká”!

TAJLANDSKI “HOD PO OBLACIMA”

Krabi je bezbedno turističko mesto, pa i kada je u pitanju noćni život, koji je i ovde začinjjen dobrom klubskom muzikom. Možda, ipak, treba biti obazriviji u ulici Razočarenja, u kojoj se sasvim legalno prodaje ljubav. Prodaje li se možda još “nešto”, savet je: ne proveravati! Što se tiče saobraćajne bezbednosti, čak i u ovom relativno

malom turističkom mestu treba pažljivo prelaziti ulicu, ne samo zato što tuk-tukovi i mopedi jure ko bez glave, već i zato što se na Tajlandu, za razliku od nas, vozi levom stranom ulice.

Saloni za masažu ovde su posebna priča. Tajlandčani kao da se rađaju s talentom za masažu. Na svakom koraku u glavnoj ulici posle restorana gotovo obavezno dolazi salon za masažu. Ima ih mnogo i svi nude isto po gotovo istoj ceni, ali se sve može dogovoriti. Preporučujem masažu stopala, koja ide u kombinaciji sa masažom leđa, kao i fantastičan piling stopala kakav se u Beogradu teško može naići. Masaža stopala je toliko dobra da je vredno uključiti u svoj dnevni ritual pod šifrom “hod po oblacima”. Ipak, treba biti obazriv. Nisu svi majstori. Ima i šegrata.

I na kraju – šoping. Da su nas Indijci i Kinezi zaobišli, nama bi u Krabiju sve bilo zanimljivo. Interesantno koliko ima sličnosti sa našim kineskim prodavnicama. I sve je prilično jeftino, još jeftinije nego kod nas,

a može i niže – ako umete da se cenjkate, što je na Tajlandu na ceni. Najčešće se kupuje pamučna garderoba, jer zbog velike vlage i obilnog znojenja odeća brzo mora da se menja. Kupuju se i suveniri sa autentičnim tajlandskim motivima, najčešće slonovima, tigrovima ili majmunima, koji su miljenici stanovnika Krabija. Najlepše suvenire – slike i tekstil sa tim motivima, otkrićete u galeriji Dao Art u glavnoj ulici. Dočekaće vas i pozdraviti lično vlasnica, mlada nasmejana umetnica Dao koja, zahvaljujući svojoj najboljoj prijateljici Maji, uči srpski jezik!

A ona, prenoseći, s puno nežnosti, priču svog srca na platno, malo po malo otkriva tajanstvene deliće mozaika koji se zove Tajland. Ako se bolje zagledate, videćete da je sve zapisano - u očima!

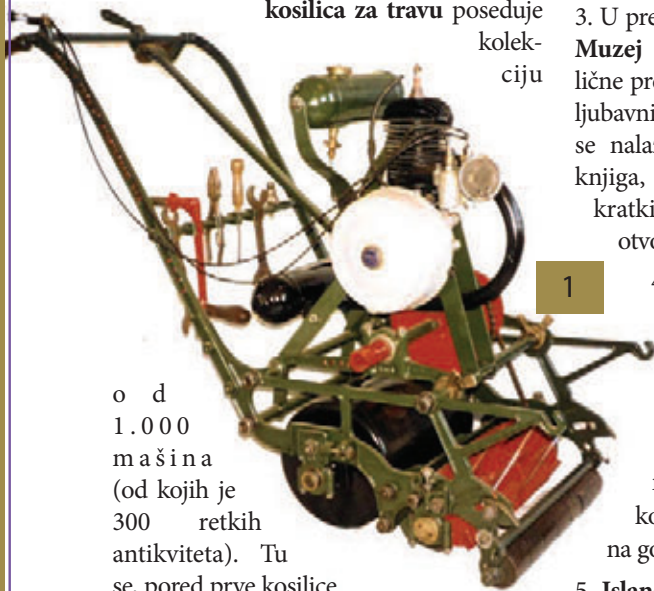
Ljiljana Rebronja,
s zahvalnošću
agenciji Sabai Travel

Fotografije: **Dezso Nagy, Anđelka Đorđević, Ljiljana Rebronja**

NEOBIČNI MUZEJI SASVIM OBIČNIH PREDMETA

Svi su čuli za pariski Luvr, njujorški Metropolitan i Vatikan koji pojedinačno privalače više miliona posetilaca godišnje, ali postoje i muzeji čije zidove ne krasi remek dela slikara poput Rembranta, Van Goga i Pikasa, ali ipak zaslužuju da budu posećeni. Oni prikazuju sasvim obične predmete, čija se vrednost ne meri u novcu, već u tome koliko mogu da zabave i zaintrigiraju posetioce svojom pričom.

1. Smešten nedaleko od engleskog grada Liverpula, **Britanski muzej kosilica za travu** poseduje kolekciju



od 1.000 mašina (od kojih je 300 retkih antikviteta). Tu

se, pored prve kosilice na svetu, nalaze i mašine koje su korišćene na imanjima poznatih ličnosti, poput princa Čarlsa i princeze Dajane. Na slici je kosilica „Ransome Gear Automaton“ iz 1870-ih godina.

2. U **Muzeju loše umetnosti**, u američkom gradu Somerville u Masačusetsu, nećete videti dela poznatih slikara, ali će vas postavka sigurno zaintrigirati. Tu su izložena dela ljudi koji su pokušali da se bave umetnošću, ali nažalost, u tome nisu imali mnogo uspeha. Na slici je prikazana slika nepoznatog autora, koji je pokušao

(očigledno neuspešno) da imitira poznato delo Leonarda da Vinčija.

3. U prestonici susedne Hrvatske nalazi se **Muzej prekinutih veza**, koji prikazuje lične predmete ostavljene od strane bivših ljubavnika nakon bolnih raskida veza. Tu se nalaze predmeti poput donjeg veša, knjiga, fotografija i igračaka (svaki sa kratkim opisom). Isti takav muzej otvoren je i u Los Anđelesu, SAD.

4. Japanski grad Osaka dom je **Instant ramen muzeja** koji predstavlja mnogo više od zidova punih pakovanja sa instant večerom. Muzej pripoveda o celokupnom pokretu u gastronomiji – raman supi, koju danas konzumira više od 40 milijardi ljudi na godišnjem nivou.

5. **Islandski falusni muzej** sadrži više od 280 polnih organa koji su nekada pripadali mužjacima gotovo svakog kopnenog i vodenog sisara na Islandu. Ovaj muzej, osnovan 1997. u Rejkjaviku, godišnje poseti oko 11.000 gostiju.

6. Los Anđeles krije **Muzej neuspeha**, koji, kako mu samo ime govori, prikazuje izložbu oko 100 proizvoda, koji uprkos najboljim namerama – nisu bili uspešni. Na slici se nalazi Colgate-ova (brend paste za zube) namera da napravi instant jelo – lazanju od govedine.



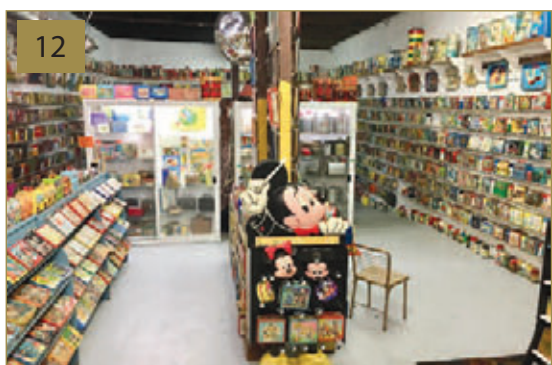


7. Meka za sve ljubitelje vina nalazi se u Bordou, gde je smešten **Cité du Vin**. Otvoren 2016. godine, ovaj muzej u obliku bokala poseduje sve što ima veze sa vinom. Od soba za degustaciju do filmova o udaljenim izvorima vina (uključujući Siriju i Tahiti), muzej nudi multisenzorno iskustvo u kome podjednako uživaju i somelijeri i amateri.

8. Hleb je verovatno najčešće korišćena i najstarija hrana na svetu, što je i bio razlog da se u nemačkom gradu Ulm osnuje **Muzej kulture hleba**. Savetuje se da tamo ne ulaze osobe na dijeti, jer je izloženo oko 16.000 eksponata, a deo je posvećen i hlebu u umetnosti, uključujući Pikasovu sliku „Frugal Repast“ (1904), portret koji prikazuje gladnog čoveka i ženu koji sede za stolom na kome su vino i hleb.



Everyone knows about Paris's Louvre Museum, the Metropolitan Museum of Art in New York, and Vatican Museum with nearly 20 million visits each year, but there are also museums around the world that many have likely never heard of: British Lawnmower Museum in England, the Museum of Bad Art, USA, the Museum of Broken Relationships in Croatia, the Instant Ramen Museum in Japan, the Icelandic Phallogological Museum, the Museum of Failure, USA, the Cité du Vin in France, the Museum of Bread Culture in Germany, the Umbrella Cover Museum in USA, the Calabash Museum in China, the Sudha Cars Museum in India and the Lunch Box Museum in USA.



9. **Muzej futrola za kišobran** nalazi se u američkoj državi Mejn, a osnovan je 1996. godine i poseduje kolekciju od više od 2.000 futrola za kišobrane iz 65 zemalja širom sveta. U nameri da "slavi svakodnevno!" (što je i moto muzeja), ova institucija daje ovim zaštitnim predmetima ljubav koju zaslužuju (shvatiće svako koga je bar jednom zatekao iznenadni pljusak). Muzej je otvoren samo u letnjim mesecima.

10. Prvi na svetu **Muzej tikve** nalazi se u gradu Tianđin u Kini. Otvoren 2015. godine, muzej sadrži hiljade predmeta napravljenih od ovog ploda koji potiče iz Afrike. Određeni eksponati se mogu i konzumirati, dok se drugi, osušeni, koriste kao predmeti – ukrasni ili upotrebni.

11. Smešten u oblasti Hiderabad u Indiji, **Muzej sudha automobila** izlaže automobile koji su dizajnirani po ugledu na svakodnevne predmete, kao što je fotoaparat ili cipela. Muzej je 2010. godine otvorio K. Sudhakar, koji ručno izrađuje ova vozila, a ušao je u Ginsovu knjigu rekorda za izradu najvećeg tricikla na svetu, koji je visok 12 m, dugačak 11 m, sa prečnikom točka od 5 metara.

12. **Muzej kutija za ručak**, koji se nalazi u američkom gradu Kolumbus u Džordžiji, vratiće svakog u detinjstvo sa oko 3.500 eksponata. Pored limenih, plastičnih i drugih kutija za užinu i ručak, prikazana je i evolucija hrane koja se u njih pakovala od 1920-ih pa sve do moderne ere.

13. **Muzej špijuna u Njujorku** – „Spyscape“ nije običan muzej. Tokom obilaska, posetioci moraju da „otkrivaju“ šifre, prate monitore sigurnosnih kamera, urade poligraf test i oprobaju se u izazovu testiranja spretnosti i agilnosti. Osim toga, „špijuni amateri“ imaju zadatak da izbegavaju laserske zrake, tumače tajne poruke i izveštavaju o onome što su primetili putem slušalica povezanih sa komandnim centrom. Naravno, komandni centar u svakom trenutku prati svoje „agente“ uz pomoć narukvica za aktivni monitoring koji omogućava muzeju da kreira „špijunski profil“ za svakog posetioca.

14. Pop-up **Muzej selfija** bio je otvoren za posetioce od 1. aprila do 31. maja u Los Anđelesu. Ovaj interaktivni muzej – jedan od retkih u kome fotografisanje nije zabranjeno već poželjno, prikazuje istoriju i kulturu selfi fenomena – čiji koreni sežu čak 40.000 godina unazad. Posetici su mogli da istraže poreklo selfija kroz objektiv umetnosti, istorije, tehnologije i kulture, kao i da sami prave selfi fotografije. Postojale su tri scenografije za fotografisanje: na „krovu“ najviše zgrade Los Anđelesa, zatim u improvizovanom kupatilu, kao i u Folksvagen bubi pokrivenoj ogledalima. Još jedna neodoljiva atrakcija za fotografisanje bio je tron napravljen od selfi stikova, po ugledu na sličnu „stolicu“ od istopljenog oružja iz popularne TV serije „Igra prestola“.

Marija Obradović

U BEOGRADU PONOVO OTVOREN NARODNI MUZEJ!



Narodni muzej u Beogradu ponovo je 28. juna otvorio svoja vrata, a svečanost u najstarijoj muzejskoj ustanovi u Srbiji pratio je i veliki multimedijalni spektakl na Trgu Republike.

Nakon 15 godina, koliko je trajala rekonstrukcija muzeja, posetioci imaju priliku da vide između tri i četiri hiljade eksponata od 400.000 artefakata koje poseduje ova institucija, a pripadaju periodu između 7. veka pre nove ere i 20. veka.

Narodni muzej je otvoren tokom šest dana u sedmici izuzev ponedeljka, sa radnim vremenom od 10 do 18 časova utorkom, sredom, petkom i nedeljom, a četvrtkom i subotom od 12 do 20h.

Ulaz za posetioce je iz Vasine ulice, a izlaz ka Trgu Republike.

ŠETNJA KROZ KRISTALNI UNIVERZUM ILI DIGITALNU ŠUMU

Sačinjena od oko 500 članova – uključujući umetnike, programere, arhitekta, dizajnere, kompjuterske animatore, inženjere i matematičare – umetnička zajednica pod nazivom „teamLab“ kreira fascinantne vizuelne instalacije koristeći najnovije tehnike kompjuterskog modelovanja, gde je korisnik direktno uključen u umetnost. Inovativni moderni umetnici pronalaze razne načine i mesta da približe svoja dela gledaocima, te planiraju i da otvore svoj prvi muzej u Tokiju. Osim za muzeje i galerije, osmislili su i nekoliko programa za restorane u Tokiju, gde se gostima na stolovima i zidovima smenjuju digitalne predstave ptica koje uzleću sa tanjira, cvetanje biljaka... Do sada je prikazan veliki broj ovih nesvakidašnjih instalacija, ali čini se da su najveću pažnju privuke dve, nazvane „Šetnja kroz kristalni univerzum“ i „Priča o šumi“.

ŠETNJA KROZ KRISTALNI UNIVERZUM

Ovo umetničko delo „teamLab“ kreirao je uz pomoć interaktivne 4D vision tehnologije i LED sijalica koje vise sa plafona, stvarajući iluziju različitih šema kretanja kroz prostor. Posetioci se pozivaju da uđu i prošetaju po prostoru sa trodimenzionalnom kristalnom svetlošću, sa idejom da su upravo oni „centar univerzuma“. Posetioci svojim pokretima

uzrokuju promene 3D animacije u celom prostoru, za šta mogu da koriste i pametne telefone.

PRIČA O ŠUMI

Ova trajna postavka u Nacionalnom muzeju Singapura sadrži 69 crteža pretvorenih u jednu ogromnu animiranu interaktivnu iluziju. „Story of the Forest“ digitalno delo visoko 15 m i dugačko 170 m, zasnovano je na muzejskoj kolekciji crteža i prikazuje gustu tropsku kišnu šumu jugoistočne Azije. Posetioci pre ulaska u glavnu salu prolaze kroz mračnu sobu u kojoj projektori na plafonu emituju padanje latica, da bi potom zakoračili u veliku kružnu salu u

kojoj se odjednom pojavljuje interaktivna šuma sa stazama na kojima trče životinje. Iskustvo se završava u trećoj, manjoj prostoriji u kojoj pada kiša od latica.

MUZEJ U TOKIJU

Ovog leta „teamLab“ otvara prvi muzej digitalne umetnosti „teamLab Borderless“ u Tokiju. Kako objašnjavaju umetnici, reč „bez granica“ (borderless) izražava „cilj muzeja da sruši granice koje dele jednu umetnost od druge, umetnost od posetioca i jednu osobu od druge, dopuštajući posetiocima da se stope sa umetnošću i postanu deo nje.“

Marija Obradović



Umetničko putovanje

kroz vreme



ARTISTIC JOURNEY THROUGH TIME

Muzej „Terra“ u Kikindi, jedinstven je po mnogo čemu, ne samo u zemlji i regionu, već sasvim izvesno i u svetu. Hronološki organizovana izložbena celina sa izuzetnim umetničkim delima, nastalim na više od 30 simpozijuma u organizaciji Muzeja i Galerije „Terra“, čini stalnu postavku. Zahvaljujući učešću na ovim međunarodnim simpozijumima, vajari, umetnici iz Srbije i celog sveta, postali su deo tradicije umetničkog egzibicionizma, zahvaljujući kojem današnja zbirka broji više od 250 eksponata, pri čemu je opus svakog umetnika zastupljen sa najmanje jednom skulpturom.

Skulpture velikog i malog formata, koje čine ovu jedinstvenu umetničku kolekciju, omaž su savremenoj skulpturi, počev od osamdesetih godina XX veka do danas. Svaki eksponat slavi trenutak, onaj treptaj u životu umetnika koji je u datom času utkao deo svog stvaralačkog bića u isprva meku strukturu terakote.

Zgrada manježa, tačnije hale za trenazu konja u kojoj je danas Muzej „Terra“, sagrađena je davne 1894. godine u sklopu nekadašnje

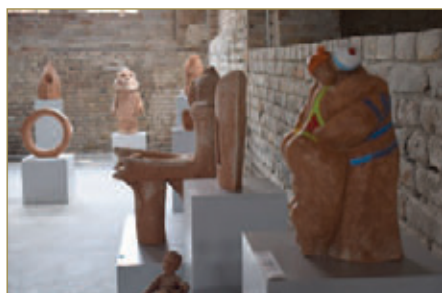
The Terra Museum in Kikinda, is unique in many ways, not only in the country and the region, but also in the world. The chronologically organized exhibition complex with exceptional art works, created on more than 30 symposiums organized by the Museum and Gallery "Terra", is a permanent exhibition. Thanks to the participation in these international symposiums, sculptors, artists from Serbia and around the world, have become part of the tradition of artistic exhibitionism, thanks to which today's collection has more than 250 exhibits, with at least one sculpture from each artist.

Sculptures of large and small format, which make this unique art collection, are homage to a contemporary sculpture, starting from the 1980's to the present. Every exhibit celebrates the moment, the blink of the life of an artist who at one time brought in the part of his creative being in the soft structure of the terracotta.

The building of manege, or more precise, training hall for the horses in which the Terra Museum is now situated, was built in 1894 as part of the former Kikinda's military barracks. It was the

kikindske kasarne. Bilo je to drugo po veličini vojno zdanje na teritoriji nekadašnje Austrougarske monarhije, sa svojih 2.100 kv. m. Kikinda je kao lokalna samouprava ušla u posed ove kasarne 2012. godine, te je uz sopstveno učešće, a uz pomoć sredstava Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije i Vlade AP Vojvodine, započela opsežne radove na samom zdanju manježa, dok je sam Muzej otvoren 2017. godine. Njegov izuzetan potencijal prepoznao je i višestruko podržao Sekretarijat za privredu i turizam AP Vojvodine, koji u njemu ne vidi samo jedinstveni „vremeplov“, otisak prsta stvaralaca i graditelja, već umetnost i istoriju u zagonetnoj kineskoj kutiji koju bi znatiželjni posetilac rado proučio. Ali, osim što Muzej ima izuzetan kulturno-istorijski značaj, on je i turistički atraktivan, ne samo za domaće, već i inostrane posetioce. Tradicionalna organizacija Simpozijuma, održava krvotok ovog muzeja, koji je, može se reći, nezaustavljiv glineni točak koji se kotrlja od 1982. godine.

second-largest military building on the territory of the former Austro-Hungarian monarchy, with its 2,100 square meters. Kikinda entered the possession of this barracks in 2012 as a local government and, with its own participation, and with the help of the funds of the Ministry of Culture and Information of the Republic of Serbia and the Government of AP Vojvodina, began extensive work on the manège, while the Museum itself was opened in 2017. Its exceptional potential was recognized and supported by the Secretariat for Economy and Tourism of AP Vojvodina, which not only sees the unique "timeline", the fingerprint of creators and builders, but also art and history in the mysterious Chinese box that the curious visitor would gladly study. But apart from the fact that the Museum has exceptional cultural and historical significance, it is also attractive for tourists, not only for domestic but also for foreign visitors. The traditional organization of the Symposium maintains the blood flow of this museum, which is an unstoppable clay wheel that has been rolling since 1982.



IZ SOKAKA PASIONIRANOG KOLEKCIONARA

Ulica Arkadija Popova u Novom Miloševu na prvo čitanje „ne odzvanja“ kako bi trebalo, sve dok se ne pomene broj 56, iza čije kapije se krije čitavo blago koje odiše motornim uljem, užarenim metalom, delom uglancanim kao staklo, delom načetim surovom ofanzivom rđe. Svakim novim korakom ste sve dublje u džungli kombajna, parnih i poljoprivrednih mašina, alata, opreme, selektora za semena, stacionarnih motora, traktora, vršalica, potom starih automobila, bicikala, motocikala, uz pregršt elektronskih uređaja.

NAJSTARIJI TRAKTOR: AMERIČKI „HART – PARR 30“

Pošto je došao u posed čuvenog traktora Fordson 10-20 HP iz 1924. godine, istog modela kakav je imao njegov otac Milorad, Milivoj Žeravica (1931-2009) je krajem sedamdesetih godina XX veka ostvario svoju zamisao da spase od nestajanja ovaj tip poljoprivredne mašine, otkupivši nekoliko sličnih traktora iz tog vremena u okolini Kragujevca. Pasija se rodila i iznedrila zavidnu kolekciju mašina, automobila i ostalih naprava, a svaki eksponat je našao svoj put iz skućene i mračne šupe ka svom mestu u okviru izložbenog prostora Muzeja „Žeravica“.

Milivojev sin Čedomir, osavremenjuje i oplemenjuje zbirku, prikupljajući eksponate koji pored sentimentalne imaju i izuzetnu istorijsku i turističku vrednost.

FROM THE PASSIONATE COLLECTOR'S STREET

The Arkadije Popov Street in Novo Miloševo at the first reading „doesn't ring the bell“, until it is mentioned the number 56, behind whose gate is kept the whole treasure with the scent of motor oil, hot metal, partially polished like glass, partially covered in rust. With each next step you are getting deeper into the jungle of combines, steam and agricultural machines, tools, equipment, seed selectors, stationary engines, tractors, then old cars, bicycles, motorcycles, with a handful of electronic devices.

THE OLDEST TRACTOR: AMERICAN „HART – PARR 30“

After he came into possession of the famous tractor Fordson 10-20 HP from 1924, the same model his father Milorad had, Milivoj Žeravica (1931-2009) realized in the late seventies of the twentieth century his idea to save this type of agricultural machinery from the disappearance, by acquiring several similar tractors from that time around Kragujevac. The passion was born and created an enviable collection of machines, cars and other devices, and each exhibit found its way from a cramped and





Stalnu postavku čine prikupljeni traktori, koji su izloženi za javnost 1991. godine u namenski izgrađenom objektu. Centralno mesto u kolekciji zauzima najstariji sačuvani traktor u Srbiji i regionu - američki „Hart- Parr 30” iz 1920. godine. Pored toga, izloženi su brojni primerci iz međuratnog i posle - ratnog perioda, proizvedeni u evropskim i američkim fabrikama. Muzej čini i deo etno postavke, koja podrazumeva stare zanate, kao i zavidnu kolekciju starih radio i fotografskih aparata, telefonske centrale, teleprinter, indukcionih telefona, mašina za šivenje krzna, kalupa, gramofona, magnetofona i projektor.

OD DUBROVAČKOG ADVOKATA DO DVOSTRUKOG AGENTA

Zahvaljući podršci Ministarstva kulture i informisanja, u okviru projekta „Gradovi u fokusu”, omogućeno je uređenje stare kuće u okviru izložbenog prostora Muzeja „Žeravica”, čija postavka je posvećena Dušku Popovu, našem čuvenom dvostrukom agentu. Poznatiji u svetu kao *Tricikl*, zaljubljenik u lepe žene i brze automobile, srpski agent 007 - **Dušan Popov**, rodom iz Vojvodine, koji je deo svog života proveo u Novom Miloševu, ostavio je neizbrisiv trag u istoriji Drugog svetskog rata kao jedan od najuspešnijih dvostrukih agenata 20. veka, sa učešćem u ključnim operacijama koje su nepobitno menjale tok tadašnje istorije. Putešestvije ovog misterioznog poliglote, od dubrovačkog advokata do dvostrukog agenta britanske obaveštajne službe MI6 i Kraljevine Jugoslavije, preko Abvera, Dana D, Perl Harbora, Rio de Žaneira, Lisabona, te operacija Fortitjud, Overlord i Mida, i sudbonosnog poznanstva sa Ijanom Flemingom, vodilo je trnovitim ali i zvezdanim putem. Delići tog puta predstavljeni su u ovoj staroj kući, a uz suvenirnicu je sve navedeno „iz Banata, s ljubavlju“ svakom posetiocu.

dark shed to its place within the exhibition area of the Žeravica Museum. Milivoje's son Čedomir, modernizes and enriches the collection, by collecting exhibits that, in addition to sentimental, have exceptional historical and tourism value.

The permanent exhibition consists of the collected tractors, which were showcased to the public in 1991 in a purpose built object. The central place in the collection is taken by the oldest preserved tractor in Serbia and the region - American "Hart-Parr 30" from 1920. In addition, numerous samples from the interwar and post-war period, produced in European and American factories, are exhibited. The museum also has a part of the ethno setting, which includes old crafts, as well as an enviable collection of old radio and photographic apparatus, telephone exchanges, teletypewriters, induction phones, fur sewing machines, molds, turntables, tape recorders and projectors.

FROM A DUBROVNIK LAWYER TO A DOUBLE AGENT

Thanks to the support of the Ministry of Culture and Information, within the project "Cities in Focus", the old house within the exhibition area of the Žeravica Museum was renovated, whose setting is dedicated to Duško Popov, our famous double agent. Known in the world as *Tricycle*, a lover of beautiful women and fast cars, Serbian agent 007 - **Dušan Popov**, born in Vojvodina, who spent part of his life in Novo Miloševo, left an indelible mark in the history of the Second World War as one of the most successful double agents of the XX century, with participation in key operations that undoubtedly changed the course of the history of the time. Odyssey of this mysterious polyglote, from the Dubrovnik lawyer to the double agent of the British intelligence service MI6 and the Kingdom of Yugoslavia, across Abwehr, D Day, Perl Harbor, Rio de Janeiro, Lisbona, then the Operation Fortitude, Operation Overlord and the Operation Mida, and fateful acquaintance with Ian Fleming, went through thorns and stars. Parts of this journey were presented in the old house, and next to the souvenir shop there is inscription „from Banat, with love“ for every visitor.

POSLASTICA samo ZA NAJHRABRIJE



Najviša zgrada na svetu, najveći šoping mol na planeti, po ukupnoj površini, najviši hotel na svetu, pa novi najviši hotel na svetu... Već smo navikli na vesti o rekordima koje redovno stižu iz Ujedinjenih Arapskih Emirata. Nedavno se među njima našla i vest o najdužoj zipline atrakciji na svetu. Njeno puno ime je „Jebel Jais Flight: The World's Longest Zipline“, a smeštena je u emiratu Ras Al Kaima.

Sve popularnija turistička destinacija u Ujedinjenim Arapskim Emiratima je emirat Ras Al Kaima u severnom delu zemlje, u kojem posetioci mogu da uživaju u toplom moru i divnim peščanim plažama, kao i da se dive uzbudljivim dinama od terakote i fantastičnim Hadžar planinama. Istorija emirata seže čak sedam hiljada godina unazad, pa Ras Al Kaima danas ima niz arheoloških nalazišta, ali i brojne prirodne atrakcije, među kojima je i Džebel Džais, najviša planina u Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Upravo na ovoj planini nalazi se i najduži zipline na svetu.

Sam čelični kabl teži preko šest tona, proteže se na 1.680 m nadmorske visine i dug je 2,83 km, što je duže od zbira čak 28 fudbalskih terena. Oni koji se odluče da „poleté“ čine to u „Supermen“ stilu, a maksimalna brzina kojom se kreću dostiže 120-150 km/h. Pre nego što se upuste u ovu avanturu „piloti“ dobijaju posebno odelo i opremu, a let u proseku traje dva do tri minuta i završava se na platformi za sletanje. Odatle ovi hrabri momci i dame bivaju prebačeni na drugu liniju, dugu jedan kilometar, putem koje se konačno spuštaju na zemlju.

AVANTURISTIČKI ELDORADO

- Ovo je veliko dostignuće kad je reč o našim turističkim ambicijama na međunarodnom planu - ističe *Haitham Mattar*, CEO Ras Al Khaimah Tourism Development Authority. - Posetilaca ima više nego ikada i uvereni smo da će „Jebel Jais Flight: The World's Longest Zipline“ našem emiratu doneti značajnu prepoznatljivost na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou. „Jebel Jais Flight“ će postati vodeći turistički proizvod našeg emirata i učvrstiti poziciju planine Džebel Džais kao centra avanturističkog turizma na Bliskom Istoku. Očekujemo da vidimo sve veći broj avanturista koji dolaze iz svih krajeva sveta kako bi doživeli ovo izuzetno iskustvo.

Otvorena prvog dana februara tekuće godine, ova atrakcija odmah je privukla pažnju mnogih širom sveta. Projekat je vredan više miliona dolara, a samo je faza planiranja trajala duže od godinu dana. Proces je uključivao brojna istraživanja, obimne studije izvodljivosti i simulaciju izgradnje. Danas ovom atrakcijom upravlja firma Toro Verde Ras Al Khaimah, ćerka firma kompanije koja na svetskom nivou uživa izuzetnu reputaciju u ovoj oblasti. Toro Verde je iskustvo stekao na prethodnim projektima u Centralnoj i Južnoj Americi, uključujući i zipline Toroverde Puerto Rico, tzv.



Čudovište, koje je sa 2,2 km dužine držalo rekord kao najduži zipline na svetu dok ga u tome nije pretekao ambiciozni emirat.

- Postoje dva glavna kabla, tako da dva prijatelja ili člana porodice mogu da „lete“ zajedno, što donosi još više zabave i budi takmičarski duh. Zipline „piloti“ na ovom mestu imaju priliku da iskuse let kao nikada ranije, dok su u isto vreme potpuno bezbedni. Pošto je na planini Džebel Džais tradicionalno za deset stepeni hladnije nego što je prosek u zemlji, verujemo da ćemo moći da radimo i

tokom letnjih meseci - naglašava *Jorge Jorge*, CEO Toro Verde RAK.

EKSKLUZIVA: NOĆNI ZIPLINING

U početku je bilo predviđeno da zipline prima po dva putnika na svakih pet minuta, što bi u proseku bilo 200 ljudi dnevno. Međutim, zbog velikog interesovanja u trećem kvartalu ove godine biće puštena u rad još dva glavna kabla, pa će zipline moći da koristi 400 ljudi dnevno, odnosno oko dvesta hiljada na godišnjem nivou. Još jedna novina biće noćni ziplining, koji će početi da se sprovodi u delo tokom leta, dajući tako





Another world record was broken in the UAE, this time in the Emirate of Ras Al Khaimah – it's Jebel Jais Flight: The World's Longest Zipline. It is 2.83 km long and the journey takes 2-3 minutes. This is the latest tourism product aimed at attracting the adventure tourist to the UAE's northern most Emirate, known also for its diverse landscape featuring the Hajar Mountains and Jebel Jais, the UAE's highest peak.

zainteresovanima mogućnost da dožive drugačije iskustvo tokom letnjih noći.

Za „pilote“ ne postoje starosne granice, ali zato postoje ograničenja u težini i visini – da bi neko mogao da leti mora biti najmanje 45, a najviše 150 kg težak i bar 120 cm visok. Trenutna cena iznosi nešto malo više od 150 eura.

Najduži zipline na svetu predstavlja novo dostignuće emirata Ras Al Kaime, koji teži da se pozicionira kao centar avanturističkog i aktivnog turizma u regionu. Emirat ima raznolik pejzaž, uključujući planinski teren, i već je poznat među ljubiteljima pešačenja, hajkinga i biciklizma, naročito od 2016.

godine, kada je otvorena “Jebel Jais Via Ferrata” ili “Gvozdена putanja”, pogodna za hajking i planinarenje. Najduži zipline na svetu je tu da dodatno ojača poziciju ovog emirata, čiji je cilj da do kraja tekuće godine primi milion posetilaca.

Vesna Milojević



ATRAKCIJA ZA NEUSTRAŠIVE AVANTURISTE

Da li ste ikada razmišljali da se oprobate u avanturističkom parku gde u jednom trenutku ronite metrima ispod površine vode, a u sledećem simulirate skok padobranom? Poznati avanturista Bear Grylls specijalista za preživljavanje u divljini u partnerstvu sa kompanijom „Merlin Entertainments“ osmislio je atraktivan koncept koji će pravu survivor avanturu učiniti pristupačnom velikom broju ljudi. Nazvan „Bear Grylls Adventure“ tematski park, vredan 20 miliona funti, nalaziće se u „Birmingham National Exhibition Centre“ u Velikoj Britaniji i prostiraće se na 8.000 kv. Podeljen je u pet zona, od kojih svaka nudi drugačiji set aktivnosti zasnovanim na visoko-adrenalinskim iskustvima inspirisanim Grylls-ovim ranijim ekspedicijama, kao što su savladavanje Everesta, prelaženje pustinja i džungli, i trening poput onih za specijalne vojne jedinice. „Bear Grylls Adventure“ testiraće veštine, snagu i nerve najneustrašivijih adrenalinskih zavisnika, a tu će moći i da učvrste neke od suštinskih mentalnih i fizičkih veština.

Park, u kome će raditi iskusni „adrenalin-ski savetnici“, podeljen je na pet delova – ronjenje, letenje, penjanje, visoka užad i vojni kamp.

U zoni ronjenja, profesionalni ronici vode podvodnu avanturu u bazenu od 886 kubnih metara, sa obezbeđenom opremom. Ključ kod ovih aktivnosti je ostati miran pod pritiskom i biti pripremljen na neočekivano. U zoni letenja, iskusni eksperti podučavaju posetioce veštinama padobranstva unutar ogromnog vetrovitog tunela, sa mogućnošću da iskuse slobodan pad tri puta duži od prosečnog prilikom pada sa padobranom. Zona penjanja omogućava korisnicima svih uzrasta i stepena fizičke spremnosti da izaberu između ruta inspirisanih poznatim terenima širom sveta, a cilj ovog iskustva je da im pomogne da pronađu hrabrost za prevazilaženje strahova. Zona visokih užadi odnosi se na penjanje zipline-om pre nego što se krene na kurs penjanja uz pomoć konopaca koji vise na različitim visinama, kao što je slučaj kod vojnih vežbi. Poslednji



deo ili vojni kamp je srce parka, sastavljen od četiri – mentalnih, fizičkih, grupnih i individualnih – izazova osmišljenih da nauče posetioce suštinskim veštinama potrebnim za preživljavanje u divljini. Tu si i „escape room“ i „suočite se sa svojim strahom“ izazovi.

Grylls na svojstven način sumira ova iskustva: „Što više radimo na svojim strahovima i onome što nam je teško postajemo snažniji i hrabriji da prevaziđemo još veće prepreke u našim životima. Ovde se razvija nikad ne odustaj duh, da bismo postali odvažniji, odlučniji i snalažljiviji. To je ono što želimo u Bear Grylls Adventure parku.“

Marija Obradović



Toaleti sa „WOW“ efektom

Najbolji dizajni

Šest toaleta popularnih među turistima širom sveta dobili su priznanje „International Toilet Tourism“, koje je prošle godine ustanovio poznati australski turistički blog „MyTravelResearch.com“ u želji da istakne važnost i doprinos toaleta uspehu destinacije na kojoj se nalaze.

Australski turistički blog „MyTravelResearch.com“ ustanovio je prošle godine nagrade za toalete u turističkim destinacijama širom sveta, kako bi istakao blisku vezu između inovativnog, čistog toaleta interesantnog dizajna i uspešne lokalne turističke ekonomije. „International Toilet Tourism“ priznanja dodeljuju se u više kategorija, a kriterijumi za odabir najboljih su dizajn, autentičnost, lokacija, pristupačnost i ekonomski doprinos lokalnoj sredini.

Za **najbolji dizajn** nagrađen je toalet u naučnom centru u gradu Regina na severu Kanade, čiji je dizajn inspirisan šumom severne oblasti Saskačuan. Od poda do plafona, toalet je ukrašen zidnim panelima na kojima su fotografije mirne, guste kanadske šume, a utisku boravka u prirodi doprinose i zvuci crvkuta ptica i drugih zvukova karakterističnih za šumu.



Najveći doprinos ekonomiji

Za **najveći doprinos ekonomiji** proglašen je toalet u mestu Kumins na jugu Australije. Lokalna zajednica preuredila je klasičan objekat od crvene cigle sa nekadašnje železničke stanice u javni toalet

sa posebnim karakterom. Priče o toaletu sa statuama, mozaicima i slikama na kojima su prikazi života iz 20. veka, privlače veliki broj turista i znatiželjnika, od čega lokalci imaju veliku korist.

Toalet sa **najboljom lokacijom** nalazi se u hotelu „A Curio Collection by Hilton“ u rizortu La Hoja u Kaliforniji, SAD. Smešten na 11. spratu sa velikim prozorima koji obezbeđuju prirodno osvetljenje, ovaj toalet nudi zadivljujući pogled na priobalno selo i okean.



Najbolja lokacija

Najpristupačniji toaleti nalaze se na aerodromu u Brizbejnu u Australiji, jer se u njima nalazi specijalna oprema za osobe sa invaliditetom, poput stolova za presvlačenje odraslih, dizalica, itd. Prostran, fleksibilan dizajn toaleta čini putovanje pristupačijim za hiljade ljudi sa posebnim potrebama i njihovim pratiocima. Sofisticirani digitalni sistem za izveštavanje pruža podatke o stanju u toaletima, te omogućava da uvek budu čisti. Na ovom aerodromu postoji čak i toalet za pse vodiče koji putuju sa svojim vlasnicima.



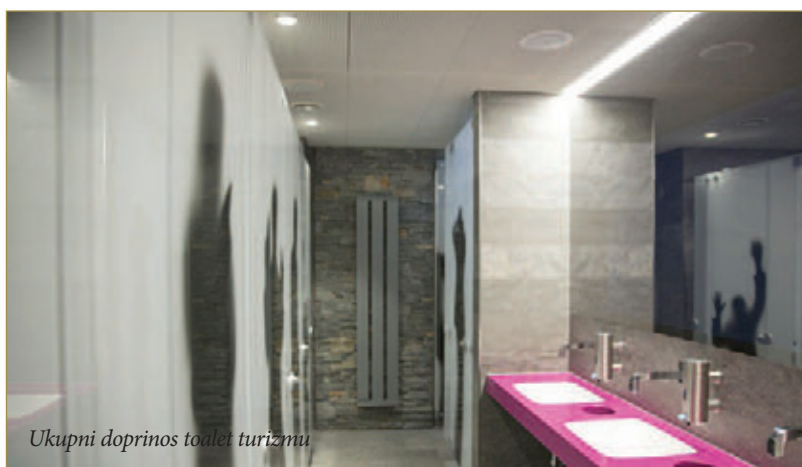
Najpristupačniji

Najautentičnije iskustvo boravka nudi javni toalet „Bowl Plaza“ u malom mestu Lukas u Kansasu, SAD. Toaleti su građeni četiri godine i glavna su atrakcija ovog malog grada sa zidovima koji su iznutra i spolja prekriveni mozaicima. Tu se nalaze i dekorativni tanjiri, dečije igračke u obliku junaka akcionih filmova, automobila, maski za lice... Ceo objekat je izgrađen u obliku WC šolje, a ulaz je dizajniran kao podignut poklopac na WC dasci sa klupama u produžetku, koje predstavljaju dasku WC šolje.



Najautentičnije iskustvo

Dobitnik glavne nagrade i pobednik u kategoriji **ukupni doprinos toalet turizmu** je „James Bond“ toalet u rotacionom restoranu „Piz Gloria“ u planinskom selu Muren u Švajcarskoj. Kako zbog lokacije na vrhu planine, restoran je prava atrakcija i zbog toga što se tu snimao film „U tajnoj službi Njenog veličanstva“ o poznatom tajnom agentu. Toalet nudi pravo Džejs Bond iskustvo sa audiovizuelnim efektima: u muškom toaletu Bond devojka Diana Rigg se pojavljuje na ogledalima kada korisnici peru ruke, a tu su i dvosmisleni natpisi „Shake, don't stir“ i „Aim like James“, dok se u ženskom toaletu čuje muzika i zvukovi vatrenog oružja, nakon čega se na ogledalu pojavljuje prikaz agenta 007 pored rupe od metka. Damama Bond poručuje svojim zavodničkim glasom „Tonight, my place – just the two of us.“ Mora se priznati da je odlazak u ovaj toalet prilično interesantno i zabavno iskustvo...



Ukupni doprinos toalet turizmu

Marija Obradović

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

„TRIPLE P“ ZA JAČANJE REGIONALNE SARADNJE

Regionalni savet za saradnju osnovan je 2008. godine u cilju jačanja saradnje zemalja Jugoistočne Evrope (JIE). Prema podacima Ministarstva spoljnih poslova, u ovaj savet uključeno je 12 zemalja: Albanija, BiH, Bugarska, Grčka, Hrvatska, Slovenija, BJR Makedonija, Moldavija, Rumunija, Srbija, Turska i Crna Gora, zatim Kosovo*, Trojka EU (Sekretarijat Saveta EU, EK, predsedavajuća zemlja EU), kao i zemlje i institucije koje kroz donacije i različite vidove podrške, aktivno učestvuju u procesu regionalne saradnje u JIE (ukupno 46 učesnica). Sedište Sekretarijata RSS je u Sarajevu.

U periodu 2014-2017. godine predstavnici ekspertske radne grupe za turizam aktivno su učestvovali u radu RSS, kroz konstruktivne diskusije, okrugle stolove, radionice i debate na temu najkonkretnijih turističkih proizvoda Srbije, koji bi sa drugim turističkim proizvodima zemalja u regionu kreirali jedinstvenu turističku ponudu namenjenu turistima sa Dalekog istoka, pre svega sa kineskog tržišta.

Sekretarijat RSS je u 2018. godini započeo implementaciju regionalnog projekta u oblasti turizma pod nazivom „Triple P turizam“ u Jugoistočnoj Evropi. Ovaj projekat podrazumeva: politiku, promociju i pilot projekat za Zapadni Balkan, a finansira ga Evropska unija, s ciljem da doprinese ekonomskom rastu u Jugoistočnoj Evropi, uz doprinos turističke industrije GDP-u, izvozu i zapošljavanju. Planirano trajanje pomenutog projekta je tri godine.

Projekat "Triple P" fokusiran je na stvaranje zajedničke ponude proizvoda za podsticanje regionalne integracije u cilju diversifikacije turističke ponude regiona. Planirano je razvijanje zajedničke regionalne tematske turističke rute s akcentom na avanturističke i istorijske kulturne rute u Jugoistočnoj Evropi na osnovu učešća 3+ ekonomija. Projekat će biti fokusiran na ublažavanje barijera, olakšavanje administrativnih procedura i podršku malim infrastrukturnim projektima koji će podržati razvoj regionalne turističke ponude. Sve aktivnosti će se realizovati u cilju povećanja vidljivosti regiona kao zdravog turističkog odredišta, naročito u oblastima regionalnih puteva koji će se zajednički razvijati, što će doprineti razvoju manje razvijenih područja.



In 2018, the Secretariat of the Regional Cooperation Council of the Southeast Europe started the implementation of a regional project in the field of tourism called "Triple P Tourism" in Southeast Europe. This project includes: policy, promotion and pilot project for the Western Balkans, financed by the European Union, with the aim of contributing to economic growth in the South East Europe, with the contribution of the tourism industry to GDP, exports and employment. It is planned to develop a common regional theme tourism route, with an emphasis on adventure and historical cultural routes in the Southeast Europe based on the participation of 3+ economies. The planned duration of the project is three years.

Banjska stena



Turistička organizacija Srbije

Ne pamtim kada sam poslednji put osećala
potpuni mir. Postoje samo ovaj momenat
i ovaj pogled. Zar je moguće da se
nalazim samo nekoliko sati od kuće?
Kada bih mogla da sačuvam
ovaj trenutak zauvek.

Koje momente ćeš pamti ti ovog leta?

#vidisrbiju

Pionir

100 godina
sa Vama

Novo!



42% lešnika

Probajte novu Vitanovu Gold sa čak 42% lešnika!
Neodoljivo bogat ukus u novom zlatom ruhu.

Vitanova – energija koja pokreće!

Taste the new Vitanova Gold with as much as 42% of hazelnuts!
Temptingly rich flavour in a new golden pack.

Vitanova - energy that keeps you going!