

PRVI ONLINE "HOME, LIFE STYLE MAGAZIN" ■ GODINA I ■ OKTOBAR 2010. ■ BROJ 10

MINI studio MAGAZIN



DIZAJN & DEKOR:

"MAISON & OBJET"
Pariz

PUT POD NOGE:

"BORA BORA"

U POKRETU:

"AUDI A7"

www.ministudio.rs

ISSN 1821-3510





EURODOM

KUPATILA // SANITARIJE // KERAMIKA

Ruzveltova 16 | 3809 543 | 3809 544
Bul. kralja Aleksandra 388 | 3808 393
Nikole Grulovića 71e | 3474 713 | 3046 463
e-mail: eurodom@eunet.rs

SADRŽAJ

HOME STYLE

■ ARHITEKTURA	"Hladovina starog hrasta"	04
■ WHAT'S NEW		12
■ ENTERIJER	"Sinergija eksterijera i enterijera"	16
■ DIZAJN & DEKOR	"MAISON&OBJET, Pariz"	22
■ INTERVJU	"Burkhard Remmers"	32
■ NEW WAVE	"Scena u svakom smislu"	36
■ VODENA OAZA	"Dragulj u kupatilu"	40
■ OSVETLJENJE	"Maštovite forme"	44

LIFE STYLE

■ SATOVI I NAKIT	"Vacheron Constantin"	48
	"Chamilia - nakit po vašoj želji"	50
■ FASHION	"Emporio Armani"	52
	"Pal Zileri"	54
■ U POKRETU	"Audi A7 - nova klasa automobila"	56
■ NAUTIKA	"RIVA 86' Domino"	62
■ PUT POD NOGE	"Bora Bora - ljubav na prvi pogled"	68
■ DIZAJN HOTELI	"Four Seasons resort Bora Bora"	72
■ HEDONIZAM UKUSA	"VAPIANO, Beograd"	78
■ CRNO BELI SVET	"Veuve Clicquot"	82

MINI studio MAGAZIN

- Glavni i odgovorni urednik
Mina Petijević
- Art urednik
Milica Mandić
- Grafički urednik, dizajn i priprema
Mini STUDIO design team
- Urednik fotografije
Miloš Nešić
- Tehnički urednik
Marko Antonić
- Prevod
Milena Vulović, Miloš Stojadinović
- Lektura i korektura
Sonja Božović, Miloš Stojadinović
- Saradnici
Milica Drobnjak, Ratimir Živković, Vuk
Petijević, Ana Nešić, Ana Polić, Marko
Rakić
- Advertising
advertising@ministudio.rs
- Redakcija
Lomina 7/1, 11000 Beograd, Srbija
+381 11 3392 681
www.ministudiomagazin.com



REČ UREDNIKA

U ovom broju vam predstavljamo umetnost življenja na francuskom salonu MAISON & OBJET - susret prirode, luksuza, inovacije i dizajna. Pogledajte modne trendove za sezonu jesen-zima 2010/11. Osetite ljubav na prvi pogled na ostrvu večnog leta, Bora Bora... Uživate u luksuzu jahte „Riva 86' Domino", savršenstvu novog Audi A7, neprocenjivoj lepoti izrade i dizajna komplikacija od platine "Vacheron Constantin" satova ili se probajte u dizajniranju nakita po vašoj želji...





HLADOVINA STAROG HRASTA

Rezidencija Brentwood se nalazi u živopisnom podnožju planina Santa Monica. Pošto samo zemljište sa lokacije na kojoj se kuća gradila ne omogućava direktne pogleda na krajolik, strukture koje čine projekat su tako dizajnirane da međusobno vrše interakciju, bacajući fokus na izgrađen i prirodni predeo unutar imanja.

Dizajnerska kuća: Belzberg Architects

Dizajn enterijera: MLK Studio – Meg Joannides

Uređenje okoline: Knibb Design

Lokacija: Los Angeles, Kalifornija

Projekat završen: 2007. godine

Veličina: 3,657 m²

Fotografija: Art Gray Photography, Fotoworks, Benny Chan

www.belzbergarchitects.com



Arhitekta Belzberg je u obzir uzeo zahteve svojih klijenata, bračnog para. Suprug je želeo mesto gde će moći da svira svoje gitare, a ona je želela nadstrešnice, prozore koje će zaklanjati sama kuća, ravan krov i odsustvo oblina. Svi ovi zahtevi su za Belzberga bili izvodljivi, ali pre nego što je pokrenuo projekat, dobio je još jedno nadahnuće. Na zemljištu na kom je Belzberg trebalo da sagradi ovaj dom, nalazio se dve stotine godina star hrast.

Umesto da ukloni staro stablo, Belzberg je odlučio da ga iskoristi. Izgradio je glavnu kuću površine 3,330 m² i gostinjsku kuću površine 660 m² sa bazenom, prostorijama za rekreaciju, i teniskim terenom između. Odmah iza gostinjske kuće, bacajući hlad na teniski teren, nalazi se ovaj neverovatan hrast.

200

Novi PEUGEOT RCZ PUN EMOCIJA



VERANO MOTORS

www.peugeot.rs

RCZ



PEUGEOT
MOTION & EMOTION



Veliki kalifornijski hrast krasi dalju polovinu imanja i služi kao središnja tačka projekta. Kako bi se napravio kontrast spoljašnjem izgledu okoline, oformljena je širokoprstorna organizacija radi skretanja fokusa sa centralnog elementa.

Da bi se ovo postiglo, staze su namerno dizajnirane tako da naizmenično nestaju i ponovo se pojavljuju. Linija jasno odvaja zvanični rezidencijalni deo glavne kuće od nezvaničnog javnog prostora, ali je ometena komplikovanim blokirajućim geometrijskim i asimetričnim telima koja čine eksterijer.

Poput odavanja poštovanja klasičnom dizajnu sredine prošlog veka, kuća je ukrašena materijalima od uglačanog gipsanog maltera, kamena Pennsylvania Bluestone i drveta mangaris.



LUKSUZNI STANOVİ U VAŠEM STILU

NOVI STANOVİ U CENTRU BEOGRADA
UREĐENI PO VAŠEM UKUSU

Glavna kuća je napravljena iz tri povezana paviljona kubične strukture od minimalnog izbora materijala. Pod od orahovine i beli okrečeni zidovi pružaju se duž javnih prostorija, dok turski i francuski krečnjak prekriva podove i zidove kupatila vlasnika i vlasnice.

Kuhinja je zamišljena tako da predstavlja osnovu prostora u rezidenciji za neformalno okupljanje porodice. Postavljanjem kućnih aparata uz južne i zapadne zidove, kuhinja služi kao

granica između javnih i privatnih prostorija, odajući u isto vreme osećaj otvorenosti sa porodičnom prostorijom koja se nastavlja na kuhinju. Upotrebljeni materijali naglašavaju jasan i moderan izgled duž cele kuće, pružajući topao osećaj.

Gostinjska kuća koja se nalazi iza bazena, dugačkog 16 metara, celokupnim stilom i izgledom podseća na glavnu kuću, sa većim fokusom na fleksibilnost, zasnovanoj na različitim mogućnostima koje pruža dodatni prostor na





suprotnoj strani imanja i klizna vrata koja se otvaraju ka celom dvorištu. Kuhinja je dizajnirana tako da uslužuje i unutrašnje i spoljašnje prostore u isto vreme. Opremljena je kliznim staklenim vratima dužine tri metra. Okvir vrata je integrisan sa samim vratima kako bi se omogućio nesmetan prelaz između unutrašnje kuhinje i spoljašnjeg prostora za ručavanje. Da bi se još više izbrisala linija između unutrašnjosti i spoljašnjosti, materijali i detalji kuhinjskih elemenata su isti, i unutar kuće, i spolja. Izabrani materijali su

morali biti pogodni za elemente i slabije održavanje, kao i zadržavanje jasnog modernog izgleda sa ostatkom kuće.

Ovakav dizajn čini ovu kuću odličnim mestom za priređivanje slavlja i dobrotvornih događaja, ili jednostavno za uživanje u dvorištu i posmatranje lišća hrasta kako treperi u skoro uvek perfektnoj klimi Los Anđelesa.

Mina PETIJEVIĆ ■

WHAT'S NEW



EMPORIO ARMANI U BEOGRADU

EMPORIO ARMANI je otvorio svoju prvu radnju u Beogradu u četvrtak 30. septembra. Radnja je smeštena na Terazijama 28 i prostire se na preko 270 metara kvadratnih prostora prizemnog nivoa. Enterijer ovog prestižnog modnog objekta pažljivo je osmislio i dizajnirao Giorgio Armani i njegov tim arhitekata. Plafon je od belog marmorina, dok je pod napravljen od svetlog, sjajnog kamena dajući prostoru glamurozan izgled. Na ulazu u radnju dominira veliki ekran na kome se prikazuje nova kolekcija, dok pozadinski prosvetljene velike reklamne fotografije ukrašavaju enterijer. Na zidovima se naizmenično smenjuju crno staklo i tkanina

u boji bronzе duž cele radnje. Radnja nudi kompletnu Emporio Armani kolekciju za žene i muškarce, koja uključuje formalnu i svakodnevnu odeću, modne dodatke, satove, naočare, nakit, donji veš i kupaće kostime, Armani Jeans, kao i sportsku liniju EA7, za žene i muškarce, koja je razvijena u saradnji sa Reebokom.

Mnogo više od prodajnog prostora, dizajn nove radnje je oličenje vizije Đorđa Armanija o modernom svakodnevnom životnom stilu, koji on zaista predstavlja.



VOUCHER

1000 din

Shopping center "UŠĆE"
Bulevar Mihaila Pupina 4, II sprat
Tel. 011 / 285 44 36, 060 / 085 44 35
www.vapiano.rs

PON.-ČET. I NED. 10.00 - 24.00

PET. - SUB. 10.00 - 01.00

KUHINJA 11.00 - 23.00

BUDITE KREATIVNI
POKLONITE VAUČER
ZA UKUSAN OBROK
OSMEH NEĆE IZOSTATI



VOUCHER

2000 din

Gest iskrenog poštovanja prema nekome
može biti lep i kreativan.
Poklonite vaučer od 1000 ili 2000 din.
za ukusan i zdrav obrok u restoranu
VAPIANO.

*chi va piano
va sano e va lontano*

VAPIANO®

PASTA | PIZZA | BAR

ZAVRŠEN TREĆI WEEKEND MEDIA FESTIVAL

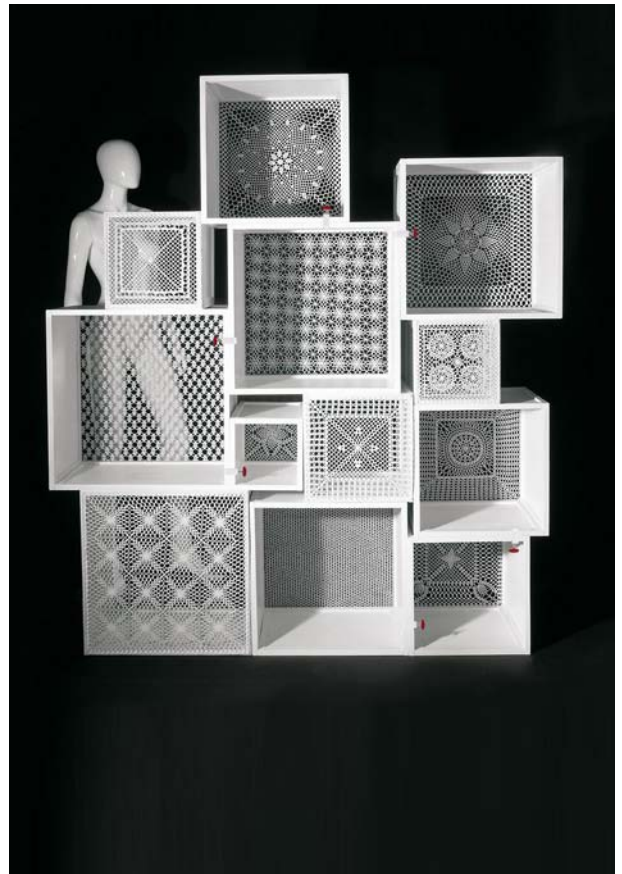
Velikom raspravom o digitalizaciji TV-a, na kojoj su učestvovali direktori najvećih regionalnih javnih i komercijalnih televizijskih kuća, završen je treći Weekend Media Festival, centralno mesto susreta komunikacijske industrije u regionu. Više od 2500 učesnika, među kojima 400 novinara i 110 predavača i panelista iz cele regije, ali i ostalih evropskih zemalja, dokazuju kako je Festival postao centralno mesto okupljanja medijske i komunikacijske elite. Jedinstveni pro-

stor stare fabrike duvana u Rovinju, tokom dva dana, ugostio je više od dvadeset predavanja i panel diskusija.

„Ispunili smo ono što smatram najvažnijim ciljem Festivala – okupiti najvažnije regionalne komunikacijske igrače, podstaknuti networking i postati mesto gde se stvaraju ideje ili započinju nova partnerstva i poslovi“, istakao je povodom završetka, direktor festivala, Tomo Ricov.

POZNATI ITALIJANSKI BREND SELETTI OD SADA I U SRBIJI

U nedavno otvorenom Mini Supermarketu, u TC Ušće, po prvi put u Srbiji je predstavljen italijanski brend Seletti. Od osnivanja kompanije 1964. godine, Seletti se izdvajao svojom tendencijom ka inovativnom i progresivnom dizajnu proizvoda za kućnu dekoraciju, sa fokusom na italijanski dizajn i kreativnost. Kao rezultat jedinstvene kombinacije umetnosti i praktičnog dizajna, Seletti proizvodi će naći mesto u domu svakoga sa dobrim ukusom, ko želi da napravi svoj ambijent jedinstvenim.



"EXPERIENCE SAMSUNG TOUR"

Samsung Electronics, svetski lider u oblasti digitalnih medija i digitalnih konvergentnih tehnologija, doneo je u Srbiju "Experience Samsung Tour", sa dva posebno dizajnirana vozila u kojima se nalaze najnoviji Samsung proizvodi. Ovaj pokretni izložbeni salon se održao u Srbiji i to u tri najveća grada: Beogradu, Nišu i Novom Sadu.

U posebno dizajniranim prikolicama izloženi su mnogobrojni novi Samsung proizvodi, među kojima se nalaze fascinantni 3D televizori, neverovatni Android mobilni telefoni, bela tehnika, robot-usisivač, digitalne kamere i fotoaparati, štampači, monitori, foto-ramovi, projektori i još mnogo toga. "Experience Samsung Tour" u Beogradu

je održan od 24. do 26. septembra ispred tržnog centra "Ušće". Posetioci su imali priliku da otkriju šta donosi budućnost zabave, da isprobaju najnovije tehnološke uređaje, ali i da učestvuju u dnevnom takmičenju čije su nagrade Samsung proizvodi. Tako je Srbija imala priliku da ugosti "Experience Samsung Tour", pored Hrvatske, Rumunije Bugarske i Grčke. Svakako neponovljivo Samsung iskustvo...

Za više informacija na raspolaganju je sajt:

www.samsung.com/rs/promotion/roadshow2010/







SINERGIJA EKSTERIJERA I ENTERIJERA MELBURN

"Centralno dvorište služi da se severna svetlost unese u paviljon... postoji divno zamagljivanje granica između onoga što je unutra i što je spolja..." Mett Gibson A + D, pobednik 2008 (Interior Design Awards) za korišćenje boja u enterijerima.

U proširenju postojećeg prostora, dizajner Matt Gibson podelio je kuću u paviljone. Prednji paviljon sa spavaćim sobama, zadržao je sve svoje originalne elemente, dok se u zadnjem paviljonu nalazi garaža i glamurozna moderna dnevna soba sa kuhinjom. Svaka celina je povezana sa dvorištem kliznim staklenim zidom. Posmatrajući sjajnu kuhinju, teško je zamisliti da je prednja fasada ove kuće stara koliba u Albert parku u Melburnu.



Kretanjem kroz kompaktnu zonu dnevnog boravka sa kuhinjom, prostor u jednom momentu nestaje, da bi se ponovo otkrila otvorenost i prostranstvo terase u zadnjem dvorištu. Drvena platforma nosi funkcionalne elemente, a površine

poda, koje su popločane krečnjakom, prostiru se od enterijera ka eksterijeru, što podstiče kretanje i stvara utisak integrisanog prostora.

A close-up photograph of several decorative pillows arranged on a wicker chair. The pillows feature various patterns: a large one with a red coral-like pattern on a light background, a smaller one with a red background and a gold seashell pattern, and another with a light background and red spiral patterns. A cylindrical object with red and white stripes is also visible. The background is a bright, sunlit outdoor space with a white wall and a green plant.

coincasa

Zira centar; Robne kuće Beograd - Terazije, Beograđanka; Delta City

Inspirisan putovanjima po Šri Lanki i urbanim dizajnom stambenih objekata dizajnera Geoffrey Bawa, gde se prepliću dvorište i izgrađeni objekti poput šahovske table, ovaj projekat na sličan način obuhvata niz interakcija objekata i tla. Raspored i artikulacija tih dvorišta bio je centralna tačka za stvaranje interesovanja, fleksibilnosti

i korisnosti za prethodno slabo korišćen prostor. Varijacije materijala, boja i detalja su korišćene u kombinaciji sa “dvorišnom strategijom”, da naglase postavke i vremensku podelu “paviljona”. Njihova raspodela podstiče fleksibilnost u korišćenju prostora, prožimanjem enterijera i eksterijera.





Nova zgrada je bela sa modernističkim prizvucima i kvadratnim oblicima sa metalnim površinama. Zidne lampe koje osvetljavaju pozadinu kuhinje, nalaze se na spoljašnjem zidu dvorišta, koji povezuje ovaj prostor sa prednjim delom kuće. Kuhinjski plakari su impresivno neprimetni, bez suvišnih ele-

menata ili glomaznih aparata, sa završnom obradom u boji, koja daje sjaj automobilima. Na taj način izgleda kao da klupa od mermera pluta u prostoru, što je još jedan namerni trik - efekat koji pojačava iluziju prostora.

Milica MANDIĆ ■

MAISON &OBJET KADA SE SRETNU PRIRODA, LUKSUZ, INOVACIJA I DIZAJN...

Umetnost življenja nikada neće biti bolje predstavljena, kao septembra 2010., koji je obeležio važan momenat u istoriji francuskog salona MAISON&OBJET. Ovaj događaj je još više dobio na važnosti predstavljanjem nove hale 7 i fizičkim spajanjem sa MEUBLE PARIS, što je omogućilo da se u jednom prostoru predstavi vrhunska i najkreativnija ponuda ikada...

Više nego ikada ranije, MAISON&OBJET prikazuje opšta i međunarodna shvatanja dizajna enterijera, koje ga čine ključnom poslovnom platformom, ali takođe i ogromnom opservatorijom kreativnog izražavanja. Portparol trendova i želja, izložba kao mesto susreta različitih signala, nastavlja da prepoznaje i oblikuje ideje, definiše ih i usmerava, pružajući im pravi smisao.







Dizajn: Richard Ginori

Razvoj Paris-Nord-Villepinte izložbenog centra se poklapa sa progresivnim razvojem MAISON&OBJET, prema sve iscrpnijem i visokokvalitetnijem home-style svetu. Kao pravi medijum, izložba ima za cilj da bude predvodnik novih trendova i pomogne im da pronađu pravo mesto u Villepinte centru, kao i u svakom domu.

Kreacija novog prostora spojila je vrhunsku ponudu u okviru:

- Scènes d'intérieur
- MAISON&OBJET OUTDOOR_INDOOR
- MAISON&OBJET lprojetsl
- Now! Design à vivre!
- MEUBLE PARIS, sa potpunom sinergijom između nameštaja i dekoracije

SCÈNES D'INTÉRIEUR (HALA 7)

TOTALNI LUKSUZ

Vrhunski dizajneri iz celog sveta dolaze na "Scènes d'intérieur", sa namerom da prikažu svoja dostignuća u dizajnu enterijera, kroz prestižne prezentacije. Na novoj lokaciji u hali 7, izložba je zauzimala "srce" originalnog i ekskluzivnog prostora.

Ralph Lauren Home (SAD) se nalazi samo ovde i nigde drugde, zajedno sa svim liderima u dizajnu



ANTICA MURRINA

VENEZIA

enterijera: JNL, BALTUS, FLAMANT, KENZO HOME COLLECTION i dr. Uz predstavnike američkog dizajna, prisutni su bili i ključni igrači u dizajnu enterijera, Richard Ginori iz Italije, kao i Jean-Paul Gaultier za ROCHE BOBOIS iz Francuske.

MAISON&OBJET OUTDOOR_INDOOR (Hala 8)

UMETNOST ŽIVLJENJA U PRIRODI

Jedinstven događaj u svetu, MAISON&OBJET OUTDOOR_INDOOR, po četvrti put slavi udobnost, koja osvaja otvoreni prostor. Kvalitet i obim sadržaja, potvrđuju dolazak nedeljive

umetnosti življenja i želja da se još više približimo prirodi. Ovaj ekskluzivni događaj, pokazalo se kao pravo mesto za lansiranje kolekcija i predstavljanje najnovijih trendova u ovoj oblasti.

Mnoge poznate kompanije su se našle u centru ovog dešavanja, poput B&B, EMU, MYYOUR, TALENTI, UNOPIU iz Italije, CALMA, GRUPO KETTAL, VONDOM iz Španije, FERMOB, SIFAS iz Francuske, MANUTTI, TRIBU, ROYAL BOTANIA iz Belgije i mnoge druge... Izuzetna ponuda je okupila najveća imena savremenog dizajna, kao što su: Karim Rašid, Naoto Fukasawa, Arik Levy, Jean-Marie Massaud, Patricia Urquiola...

BREEZ DECKCHAIR **Dizajn: Karim Rashid**





“Aksesorizacija” i šarm otvorenog prostora bili su obogaćeni konceptualnim rešenjima prestižnih brendova, kao što su FENDI, JNL, MASSANT, RODA, koji su bili prisutni i na “Scènes d’intérieur”. Iznenadjujuće kreativnim asortimanom za spoljašnji prostor, izdvaja se i kompanija KOSE, koju predvodi Rosaria Rattin.

MAISON&OBJET I PROJETS (HALA 7)

KADA SE SRETNU LUKSUZ, INOVACIJA I DIZAJN

Ovde materijali pokazuju sve svoje potencijale u projektima, koji okupljaju retke i vrlo specifične veštine, promovisani od

strane kompanija širom sveta. MAISON&OBJET |projets| na ovaj način afirmiše blisku vezu između tehničkih rešenja i najboljih dizajnerskih proizvoda današnjice. U neizvesnim vremenima, kada je dom poslednje utočište, wellness profesionalci predlažu rešenja za formiranje atmosfere i osećaja blagostanja. ROYAL MOSA iz Holandije je prvi proizvođač keramike u svetu koji je dobio “cradle to cradle” sertifikaciju – oznaku koja zahteva visok standard proizvodnih procesa za proizvodnju 100% ekoloških proizvoda. Luc Druet iz Belgije, je razvio metalno predivo, koje osim što poseduje estetske karakteristike, filtrira elektromagnetne talase. PORCELANO-SA iz Francuske, je predstavila parno kupatilo od optičkih

vlakana i kupatilo od škriljca, dok je MAJESTIC AUTHENTIC prikazao vrhunski dizajnirane proizvode, uključujući staklene delove za tuš kabine, sa zaštitom protiv kamenca.

NOW! DESIGN À VIVRE! (HALA 7)

U proteklih 10 godina, “Now! Design à vivre!” je bio izlog inspiracije i uticaja dizajna na oblikovanje sveta koji nas okružuje. Koncentrisana otkrića i ideje o novom načinu života, ali i tehnikama i materijalima, oživljeni su u procesu u kome je fokus na čoveku. Philippe Starck, dizajner

2010. godine, i još 10 zvezda dizajna u usponu: Collectif 5.5 designers, Constance Guisset, Gilles Belley, Joachim Jirou Najou, Marie Aurore Stiker, Mathieu Lehanneur, Michel Charlot, Normal Studio duo, Philippe Nigro i Sam Baron, predstavljaju vodeću snagu discipline koja nastavlja da menja svet.

Tehnologija, ekologija i stvaralaštvo, edicija predmeta i malih komada nameštaja su pokretačka snaga iza ovog septembarskog događaja, gde su se spojile ideje iz celog sveta, susretom prirode, luksuza, inovacije i dizajna...



Dizajn: Philippe Starck
Foto: DR



New York
Esthetic Medicine

LEKARI U SLUŽBI VAŠE LEPOTE

www.nyestheticmed.com

PARAVENT BED

DIZAJN: JEAN PAUL GAULTIER

Modni kreator Jean Paul Gaultier, dizajnirao je luksuzan krevet od sjajnog eloksiranog aluminijuma, glatke strukture sa hromiranim ugaonim delovima, za francuskog proizvođača nameštaja Roche Bobois. Uzglavlje je tapacirano tkaninom,

sa digitalno odštampanim "Calligraphy" dezenom. Nova, smela i progresivna kolekcija u viktorijanskom stilu je dizajnirana u saradnji sa Roche Bobois, povodom 50. godina poslovanja ovog francuskog proizvođača nameštaja.



Foto: Michel Gilbert



Foto: Francis Amiard

MAMA SHELTER... SKLONIŠTE ZA SVE.

DIZAJN: PHILIPPE STARCK

Smešten u centru Pariza, u Saint Blaise kvartu, Mama Shelter, novi butik hotel sa 172 soba, je oaza u urbanom pejzažu koji omogućava Parižanima i posetiocima da dožive pravi romantični duh grada. Ovaj zabavan, funkcionalan, umet-

nički i luksuzan hotel, dizajnirao je Philippe Starck, a kreiran je od strane osnivača Kluba Med. Sa pet različitih veličina soba, hotel ima fantastično dizajnirane zajedničke prostori-je, bar za zabavu, restoran i divne umetničke dodire.

Ana NEŠIĆ ■

INTERVJU: BURKHARD REMMERS



Foto: DMA

Wilkhahn ima dugu istoriju. Malo je kompanija koje su imale tako snažan uticaj na sektor proizvođača kancelarijskog nameštaja u Nemačkoj, kao Wilkhahn. Kompanija se razvila kao ličnost. Ličnost koja se zalaže za vrednosti i tokom svog dugogodišnjeg iskustva, nastavlja da daje novi podsticaj opštem kulturnom i socijalnom razvoju. Dizajn mora da pruža. U ovoj kompaniji to znači mnogo više od spoljne forme i funkcije, što nam je objasnio Burkhard Remmers, direktor međunarodnih komunikacija kompanije Wilkhahn...

ŠTA JE KLJUČ VAŠEG USPEŠNOG DIZAJNA?

Mi nazivamo našu filozofiju proizvoda „Odgovoran nameštaj“, što znači nameštaj sa dugotrajnom dopadljivošću, kombinacija održivog i vidljivog kvaliteta. Dodatna vrednost jedinstvenog, bezvremenog i privlačnog dizajna je nameštaj koji je više od nameštaja. Ne radi se o novoj stolici, već o udobnijem sedenju, o novom stolu, o boljoj komunikaciji i interakciji medju ljudima, niti o novoj sofi, već o boljem opuštanju... To je način na koji se stvaraju prave inovacije i oblikuje cela industrija širom sveta. Sledeći korak je pretvaranje novih ideja u kvalitetne rezultate. Pokušavamo da pronadjemo najjednostavnije

i što trajnije odgovore na složena pitanja. Funkcionalnost uključuje i emocionalni aspekt dizajna, nešto što mi zovemo „emocionalna praktičnost“. Sa ovim konceptom, kao našom polaznom tačkom, razvili smo nekoliko potencijalno klasičnih proizvoda, kao što je FS-linija kancelarijskih stolica (1980) i Modus (1994). Drugi primeri uključuju oslonac-stolicu Stitz (1992), ili Confair preklopni sto (1994). Svi ovi proizvodi se i dalje proizvode i veoma su popularni. Trenutno postavljamo sledeći reper sa trodimenzionalnim, fleksibilnim ON. To je postao prvi nemački proizvod koji je ušao u konkurenciju “Best of Competition” na američkom sajmu NeoCon.

STALNO STE U POKRETU. VAŠA OMILJENA DESTINACIJA JE...?

Obožavam London, Pariz, Tokio i Čikago. Ali Beograd me je takodje fascinirao. Mogla bi to da bude ljubav na drugi ili treći pogled. Nakon svih mojih putovanja, moja najomiljenija destinacija je ipak dom. Živim u Hanoveru, verovatno najpotcenjenijem gradu u Evropi.

KAKO SE OSEĆATE KADA STE GOST U SRBIJI I KAKVO JE VAŠE MIŠLJENJE O NAŠOJ ZEMLJI?

Uspeo sam da vidim samo Beograd. Neugladjen šarm grada i kontrast između sadašnjosti i prošlosti je fasci-

nantan. Oseća se da je grad otvoren za sve mogućnosti i da ništa nije u potpunosti odlučeno. To je ono što daje šarm Belgrade Design Week-u. To je bila košnica aktivnosti i svi sa kojima sam se susreo do sada, rade to što rade sa velikom posvećenošću. U isto vreme su topli i gostoljubivi.

ŠTA MISLITE O SRPSKOM DIZAJNU, DA LI BISTE IZDVOJILI NEŠTO ŠTO VAM SE POSEBNO DOPADA?

Moram da priznam da zaista ne znam. Ali, da li uopšte postoji tipični srpski dizajn? Ja više ne verujem u nacionalne trendove. U globalizovanom svetu, prepunom medija, po-





stoji toliko različitih koncepata dizajna, koji su danas domaći u gotovo svim zemljama. Možda je zemlja porekla ponekad očigledna - italijanski, skandinavski, francuski ili čak tipično nemački dizajn. Da li tipično srpski dizajn postoji, izvan tradicionalnog, folklor stila?

GDE PRONALAZITE INSPIRACIJU, GDE SE PUNITE ENERGIJOM?

Otpitujem u Afriku bar jednom godišnje. Ne odse-dam u luksuznim hotelima, već u skromnom smeštaju. Život tamo vam pomaže da sagledate stvari iz nove perspektive. To stvara zahvalnost i poniznost i daje vam snagu za nove izazove.

POSEBAN KUTAK U VAŠEM DOMU?

Definitivno kuhinja.

OMILJENI NAMEŠTAJ?

Kod kuće, imam neku vrstu viseće mreže u dnevnoj sobi. Ovo je mesto na kome uživam u čitanju, razmišljanju o stvarima u mojoj glavi, ili samo sanjarim.

KOJE JE VAŠE OMILJENO VINO?

Volim da pijem bogato, crveno vino sa Sicilije. To je stono vino po imenu Corvo.

KAKO VIDITE BUDUĆNOST?

Trebalo bi vrlo brzo shvatiti činjenicu da smo globalna zajednica i da su nam potrebna pravila da regulišemo način na koji delujemo. Budući da su naši



životi povezani na svaki način. Verujem da postoje velike mogućnosti da se pozitivno utiče na način na koji se ljudi ponašaju pomoću dizajna, što se tiče odnosa posedovanja i korišćenja stvari. Ali nam ponestaje vremena. Sat otkuca-va i ne smemo ostaviti generacijama nerešive probleme. U Meksičkom zalivu, videćemo da li možemo da popravimo ono što smo uništili.

DA LI ČITATE MAGAZINE O DIZAJNU?

Da, ako imam vremena. Pokušavam da pratim međunarodnu scenu. Čitam puno, ali ništa redovno.

ODAKLE DOBIJATE INFORMACIJE?

Pošto je moja e-mail adresa javna, ja sam preplavljen vestima i inovacijama. Oni dolaze iz svih krajeva sveta i iz svakog pravca. Još treba da otkrijem koliko su ti mediji pouzdani.

ŠTA MISLITE O MINI STUDIO MAGAZINU?

Uživao sam odgovarajući na pitanja. Do sada nisam znao ništa o njemu. BDW je probudio moju svest kada su u pitanju Srbija i Beograd. Ja sam sada mnogo više toku, a čini mi se da je Mini Studio magazin na pravom putu.

Mina PETIJEVIĆ ■

NEW WAVE

SCENA U SVAKOM SMISLU

Sajam nameštaja 2010. u Milanu, otvorio je vrata novoj, privremenoj prodavnici muških cipela Sergio Rossi, u srednjevekovnom kvartu Piazza del Carmine. Prodavnica je deo projekta "Mens Footwear World Tour", koja je oformljena u saradnji Wallpaper* magazina sa Serđom Rosijem.

Dizajn: Antonino Cardillo

Menadžer za konstrukciju: Miriam Romano

Naziv projekta: Enterijer za privremenu prodavnicu cipela

Dizajn lampi: Joe Colombo

Autor fotografija: Antonino Cardillo

Klijent: Sergio Rossi SpA + Wallpaper*

Lokacija: via Ponte Vetere 19, Milano, Italija

Ukupno dana za rad: deset dana

Otvaranje prodavnice: 14. april 2010.

Površina prostora: 60m²







Svaka faza "World Tour"-a biće obeležena otvaranjem privremene prodavnice u raznim gradovima širom sveta. Za dizajn ove prve faze, Wallpaper* magazin je predložio darovitog arhitektu Antonina Kardilja (Antonino Cardillo) da predstavlja Italiju. Film Dejvida Linča "Inland Empire", bio je jedna od inspiracija za uređenje prodavnice muških cipela.

Arhitekta Antonino Cardillo, poreklom sa Sicilije, nalazi svoje mesto na svetskoj sceni sa svojim jasnim formama i upotrebom prirodnih materijala. Intreakcija izmedju elemenata – sunca, kiše, vetra i zvuka, ovom arhitekti su važniji od nameštaja. Antonino Cardillo nas ubacuje u jedan mikro grad koji svojim urbanim stilom stvara bolju funkcionalnost. Prostor od svega 60m², pretvoren je preko noći u svet u kojem se prepliću arhitektura, film, pozorište i svetlost i kao takvi koegzistiraju. U postojeću prodavnicu iz osamdesetih godina dvadesetog veka, ubačen je potpuno nov koncept. Scenografija drvenom konstrukcijom i sivim, visokim platnima stvara virtualni ambijent.

Posetilac koji konzumira prostor nije ni svestan da se zapravo nalazi u jednoj materijalizovanoj analizi istorije umetnosti koju nam autor nesebično pruža. Milanski racionalizam devetnaestog veka uliva sivi ton u ambijent. Ideja o privremenom objektu unutar postojećeg je nešto što se provlači kroz istoriju i kao takvo ponavlja.



Naglašene vertikale, mnoštvo udubljenja i otvora, preklapanje dijaloga realnosti i fikcije, utisak dematerijalizacije i rasveta, imaju ulogu da iznesu ono što se zapravo izlaže u prodavnici cipela.

Takođe, ideja je da se što više pojača efekat unutra – spolja sivom pozadinom i diskretnom rasvetom. Fenomen koji je prisutan jeste način na koji Antonino akcentuje proizvod. On cipelu, kao glavni adut, postavlja na drveni postament, koji je sa plafona osvetljen LED lampama u minimalističkom maniru i tako ostvaruje vrlo moćan efekat i elegantno rešenje koje prolaznike jasno uvodi u dinamiku enterijera.

Spoj tradicije i modernog dizajna, kako samih cipela i akcesoara, tako i celokupne predstave koja se dešava u prostoru. Dve sofe od sivo - ljubičastog mebla, postavljene dijagonalno u osnovi, jedna naspram druge, razbijaju ortogonalni karakter.

Ambijent i atmosfera concept prodavnice "Sergio Rossi", govore sami za sebe. Svojom mirnom i neutralnom notom i prigušenom muškom energijom, ona donosi osećaj stabilnosti i snage sa prefinjenim stilom.

Marko M. RAKIĆ ■

DRAGULJ U KUPATILU... I VIŠE OD TOGA...

Zahvaljujući savremenom načinu života i današnjem raskošnom dizajnu sanitarnih elemenata, kupatilo postaje jedna od primarnih prostorija kada je u pitanju uređenje enterijera. Eksperimentiše se bogatom ponudom keramike, najrazličitijim oblicima sanitarija, novim tehnologijama. Sanitarni elementi postaju sve veći izazov za dizajnera, koji njihovu formu pretvara u skulpturu...

U poređenju sa trenutnim tendencijama, linije kada u prošlim vremenima bile su prostijih oblika, rađene od primitivnijih materijala, u skladu sa potrebama i mogućnostima ondašnjeg čoveka, sa akcentom na nameni i funkciji koju vrše. Estetici sanitarnih elemenata se nije pridavao veliki značaj, za razliku od drugih komada u mobilijaru jednog doma. Danas vidimo dominantne oblike, savremene materijale i multi funkcije sanitarnih elemenata. Nekada je kada predstavljala element sa jasnom namenom, a danas je višestruko funkcionalni element koji dominira, pretvarajući kupatila u malu kućnu SPA zonu.

Ako je u smislu fleksibilnosti i "mekoće" mozaik moguće uporediti sa nekom skupom svetlučavom tkaninom koja može da prati oblike arhitekture, sada više nego ikada on može da









postane odelo za predmete, koji u arhitekturi nalaze svoju svakodnevnu pozornicu.

Poslednji novitet dinamične proizvodnje SICIS je kolekcija kada, prekrivenih dragocenim kockicama u boji, čime se stvara jedan autonomni predmet, koji više nije ograničen kupatilom kao mestom sa određenim ciljem. U suštini, mogla bi biti smeštena bilo gde: u dnevni boravak, sobu... čak i u baštu. To je predmet - skulptura. Lepa za gledanje, prijatna za korišćenje.

Njen oblik naglašava dragocenost i eleganciju jednim plemenitim i retro stilom, koji potpuno odgovara SICIS mozaiku u njegovim bezgraničnim hromatskim mogućnostima. Često jedan dekor – bilo da je geometrijski, cvetni ili stilizovani – razbija reflektujuću površinu, stvarajući notu jedinstva, koje se uzdiže kroz dijalog detalja: nogice u obliku lavlje šape, zaobljene ivice, sam oblik kade. Ipak, moderno nije isključeno kod kada jednostavnih geometrijskih oblika, gde dekor od mozaika nalazi savršene površine kako bi isprobao smeo jezik znakova i boja.

Poslednji član kolekcije, kada Audrey, u obliku cipele sa stiklom, dizajn Massimiliana della Monaca, nije uobičajena i jednostavna kada, već predmet za uređenje snažne "ličnosti". Njen oblik – elegantna salonka sa stiklom vrtoglave visine (165cm) – prima telo u svoju udobnu unutrašnjost, dok s visine slap masira ramena... Kada je pogledate, setite se fantastičnih večernjih cipela za ...Barbie!

Milica DROBNJAK ■

MYOUR MAŠTOVITE FORME

MYOUR je brend koji je nastao 2007. godine, kao želja za slobodnim izražavanjem kroz nove ideje, stvaranje originalnih predmeta i inovativnog nameštaja od plastike...

Susretom četiri osobe potpuno različitih biografija - tehničkog direktora, preduzetnika, dizajnera i marketinškog stručnjaka, nastala je radna grupa, čija je misija mašta i kreativnost, ukorenjena u desetogodišnjem iskustvu proizvodnje plastike.

Rezultat je nameštaj od polietilena karakteristične lakoće, esencijalne forme i raznih boja, savršen spoj elegancije, stila i praktičnosti. Ovi komadi su eklektički koncipirani za korišćenje i u eksterijeru i enterijeru, nudeći savremena rešenja opremanja, gde je unutrašnjost i spoljašnjost životnog prostora spojena u jednu celinu, u kojoj se živi bez stilske barijere. Svaki proizvod ima svoju prepoznatljivu ličnost i omogućava vam da kreirate kutak za opuštanje na mnogo načina, uklapajući se savršeno u svaki ambijent, bilo da je to moderni bar ili vrhunski spa centar.





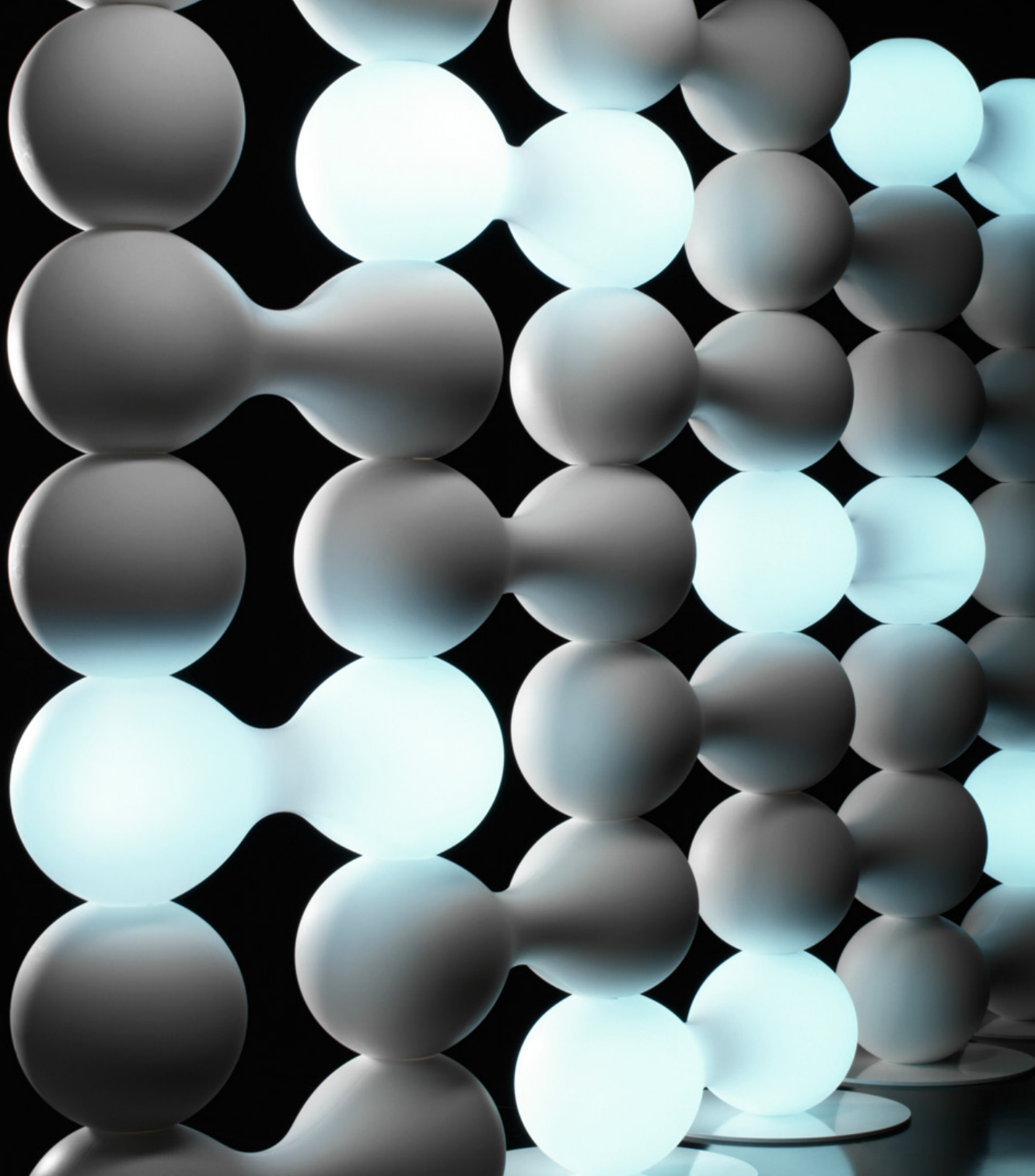
BONSAI LAMPA

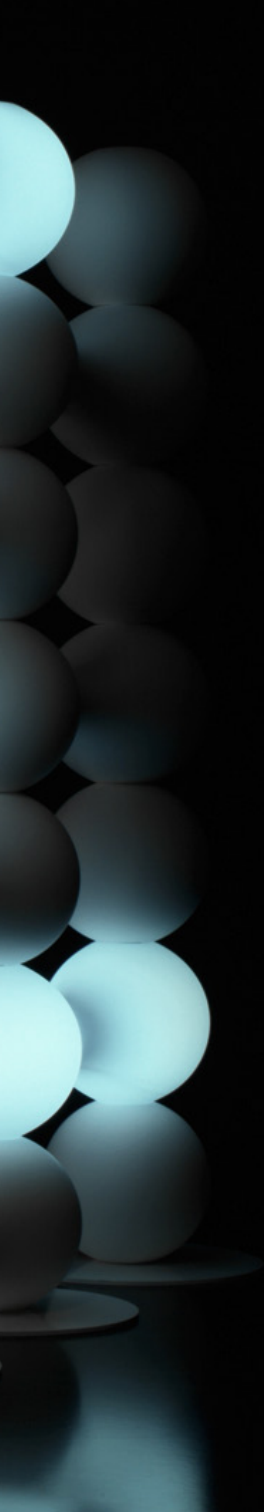
DIZAJN: MOREDESIGN

Bonsai je japanska umetnost gajenja minijaturnog drveća u saksijama, sa svim karakteristikama te biljne vrste u “normalnoj” veličini, kojom se uspostavlja ravnoteža između čoveka i prirode. Japanski narod veruje da je bonsai religiozni objekat - “zelene stepenice koje vode na Nebo”, odnosno spona između ljudi i Boga. Uz neospornu kreativnost, sam uzgoj zahteva mnogo nege i pozornosti, ali kao nagradu donosi mirnoću uma, osećaj osveženja i unutrašnju smirenost.

MYYOUR je ponovo osvojio naša srca predivnom Bonsai lampom. Moderan i elegantan oblik ovog dekorativnog predmeta je potpuno intrigantan. Dopadljiva i prilagodljiva svakom prostoru, radi na baterije i ima LED svetlo. Proizvodi se od polietilena u dimenzijama 42x35x30 cm, a može se pronaći u belo, zeleno, crveno, lila i crno boji. Savršena za noćni stočić, Bonsai lampa će dobro izgledati i na stočiću u uglu vaše dnevne sobe.

Jednostavna i jedinstvena ideja, projekat koji govori za sebe i komunicira svoju suštinu na direktan način. Obzirom da ima napajanje na baterije i LED svetlo niske potrošnje, Bonsai je lako prenosiv i može se uklopiti u stambeni prostor, ekskluzivni klub ili hotelsku sobu. Zahvaljujući igri svetla, interpretira prostor i stvara jedinstven ambijent.





BAGIGIO E GIGIO

DIZAJN: SIMONE MICHELI

Bagigio e Gigio su dva modularna elementa, jedinstvena, ali bez ograničenja, kada je reč o jedinicama koje se dodaju i postavljaju jedna preko druge. Na neki način, ovi svetleći elementi predstavljaju tro-dimenzionalni prikaz simbola beskonačnosti. Nastao je od kretanja beskonačnog elementa oko svoje ose, poput prostorne makro-slike bipolarnog atomskog čvora. Bela ili obojena, savršeno osvetljava prostor. Ovo fleksibilno rešenje je prilagodljivo i izrazito savremeno, sa jakim karakterom. Proizvodi se od polietilena u dimenzijama Bagigio 30x30x90 cm i Gigio 30x30x30 cm.

Gigio i Bagigio su izrazito savremeni modularni elementi, koji predstavljaju sofisticirane pojedince, kosmopolite, koji uživaju kada su okruženi elementima sa snažnom ličnošću, jer oni dodatno dopunjuju jedinstveni karakter njihove postavke...

Lampa Bonsai pretvara svaki ambijent u scenografiju. Dizajneri su pronašli inspiraciju u magiji prirode i njenim emocijama. Skoro kao "živ" predmet, ulazi u vaš dom i postaje glavni lik. Zaista je teško odoleti šarmu ovih predivnih predmeta, zar ne?

Marko ANTONIĆ ■

VACHERON CONSTANTIN KOMPLIKACIJE OD PLATINE

Patrimony Traditionnelle Calibre 2253 vodeći je među modelima s naslovom Velike komplikacije koje je Vacheron Constantin predstavio ove godine na Ženevskom salonu. Uz "tourbillon"-ski zaporni sklop, sat ima i astronomske komplikacije poput večnog kalendara, vremena izlaska i zalaska sunca kao i ravnodnevice. Časovnik s rezervom snage od četrnaest dana izradiće se u samo deset numerisanih primeraka u ograničenoj seriji. Model Patrimony Traditionnelle Calibre 2755 napravljen je isto tako od platine, a u sebi sadrži glavne komplikacije u čijoj je izradi Vacheron postigao pravo savršenstvo.





Tu je kombinacija tourbillona i večnog kalendara s “minute repeater”-om koji ima originalni i potpuno tihi mehanizam za obeležavanje udaraca.

Treći model, naravno izrađen od platine, je Patrimony Traditionnelle Chronograph Perpetual Calendar Calibre 1141QP, koji u sebi objedinjuje hronograf i večni kalendar, a koje pokreće ručno navijani mehanizam. Stručnjaci su pak Kalibar 1141 ocenili kao jedan od najkompleksnijih hronografa, koji je i dosad pokretao najkvalitetnije hronografe. Za one kojima možda nije jasno zbog čega se Vacheron ove godine u potpunosti okrenuo platini, recimo da su u ovoj manufakturi počeli da rade s njom još početkom 19. veka.

Naime, dok 18-karatno zlato sadrži 75% čistog metala, kod platine taj procenat iznosi 95%. Pored toga, platina je jedan od najotpornijih metala, pa je i zato izvrstan izbor za predmete koji, poput satova, moraju dugo da traju. I tako, kada je slavna manufaktura obeležavala početak novih 250 godina svog postojanja, 2006, odlučili su da sve satove od platine u budućnosti proizvode u ograničenim serijama od maksimalno 150 komada.

Rođena je kolekcija Excellence Platine. Svaki časovnik iz ove kolekcije morao je da se razlikuje od istih modela izrađenih od drugih metala, makar po najsitnijem detalju, poput šnale, krunice ili konca, kojim je šiven kaiš. Tako da vlasnici satova iz ove kolekcije Vacheron Constantina znaju da pripadaju zaista ekskluzivnom klubu.



NAKIT PO VAŠOJ ŽELJI

Chamilia je veoma uspešna i napredna kompanija u kategoriji nakita usklađenih po željama i zahtevima kupca. Ona dizajnira i proizvodi perle i prateće narukvice, ogrlice i priveske, komada koji inspirišu žene da kreiraju personalizovan nakit po želji.

Killian Rieder, diplomac prestižnog Fashion Institute of Technology i bivši dizajner čuvenog Polo Ralph Lauren, je dizajnirala Chamilia rastuću zbirku od više od 600 jedinstvenih perli.

Chamilia redovno predstavlja više od 100 novih perli godišnje. Fokus je na dizajnu visokog kvaliteta, sa puno stila, složenih i bogatih boja - karakteristike koje inspirišu i pru-



žaju lični izraz u dizajnu nakita. Koristeći Chamilia luksuzne ručno izradjene perle od 14k zlata, čistog srebra, Swarovski kristala, italijanskog Murano stakla i kamenja u boji, korisnici mogu napraviti svoj posebn niz na klasičnoj narukvici.

Chamilia podržava zajednice i ciljeve proizvodnjom ograničenog tiraža perli i donira deo prihoda od prodaje ovih perli, da se unapredi istraživanje raka dojke i autizma i podržava programe koji promovišu mir u svetu i dobrotorne organizacije koje pomažu deci u svetu. Chamilia

ima dve perle posvećene borbi protiv raka dojke u “Give Back” programu: srebrna Sterling sa roze CZ i 14K zlata sa roze CZ.

I vi možete dizajnirati svoje simbolične i jedinstvene narukvice pomoću perli, koje predstavljaju nadu, ljubav i istrajnost...







EMPORIO ARMANI

Jesen/zima 2010-2011

EMPORIO ARMANI MUŠKA KOLEKCIJA

GEOMETRIJSKA TEOREMA

Predstavljena precizno i maštovito, odražavajući izgled energičnog čoveka u potpunosti posvećenog budućnosti, ova Emporio Armani kolekcija je autentična deklaracija stila, jasnih linija i usmerena na jedan cilj. Jedna simbolična boja prolazi kroz celu kolekciju - siva – stavljajući u fokus gradsko raspoloženje i pejzaž velikog grada: asfaltno siva, škrljac siva, kišni dan siva, mokro siva.

EMPORIO ARMANI ŽENSKA KOLEKCIJA

UPTOWN GIRL - gradska devojka

Originalnost, pre svega, uverljivo je izražena u novoj Emporio Armani kolekciji. To je neočekivana fuzija klasične elegancije sa svežim pristupom proporciji. Kolekcija poseduje kosmopolitski duh, koji se prenosi kroz igru linija i boja, sa dodatnim uticajem aksesoara naše "uptown girl", koja je u potpunosti svesna da se kodovi luksuznog univerzuma mogu tumačiti sa prirodnom lakoćom, čak do tačke nonšalantnosti.

Kroz celu kolekciju je prisutno rafinisano smenjivanje ženstvenog i muževnog, predstavljajući samu suštinu Armanija - sa pogledom u budućnost, rušeći sva pravila, kako bi ih primenio danas.

PAL ZILERI

Kolekcija jesen/zima 2010-11

Vodeća italijanska kuća muške mode 28. put prezentovala aktuelnu sezonsku kolekciju

Eminentna italijanska kuća vrhunske muške mode Pal Zileri je i ovoga puta oduševila njene verne poklonike sjajnom aktuelnom kolekcijom. Dvadeset osma revija „Audi Presents-Pal Zileri“, nezvanična premijera svake modne sezone u našoj zemlji, u organizaciji kompanije Filinvest, predstavila je kolekciju inspirisanu retro stilom sveta filma i nezaboravnim elegantnim i sportskim izgledom Roberta Redforda u glavnim ostvarenjima te ere. Modern i šik izgled, harmonizovan kontrastnim sezonskim bojama, raskošnim detaljima tkanja i najkvalitetnijim materijalima, naglašen je elegantnim krojem koji ističe snažno prisustvo muške figure. Najvažniji modeli klasične kolekcije su atraktivni postavljeni sakoi, odnosno sakoi u maniru jakni i kratki kaputi bogatih tekstura, boja i rafiniranih materijala u sportskom segmentu kolekcije „Lab“ – inspirisani idolima šezdesetih i njihovim štosnim „dendi“ izgledom. Defile su i ovoga puta povele dve legende srpske muške modne scene različitih generacija – Đorđe Pavlov Kortina i Boško Jakovljević, u društvu raspoloženog Džeja i manekena koji su sa piste duhovito nazdravili publici i pozvali je na sjajnu žurku koja je trajala dugo posle završetka revije. Pal Zileri je jos jednom priredio Beogradu uzbudljivu scensku predstavu i najlepšu moguću modnu viziju sezone pred nama – punu inspirativnih obećanja pred predstojeću jubilarnu godinu ove modne institucije u Srbiji.









AUDI A7

NOVA KLASA AUTOMOBILA

Veliki, elegantan automobil sa petora vrata sjedinjava karakter kupea sa komforom i prestižom limuzine i funkcionalnošću karavana.

Kupe sa petoro vrata dužine 497cm, širine 191cm i visine samo 142cm ima dugačku haubu, sportski zakošene C stubove i, uopšte, vrlo dinamičnu siluetu. Opciona prednja LED svetla čine atletske i mišićavu pojavu A7 Sportback modela još upadljivijom. LED zadnja svetla su deo standardne opreme.



Prtljažni prostor ima zapreminu od 535l, a obaranjem zadnjih sedišta zapremina raste na 1390l. Dugačak poklopac prtljažnika je veoma lagan, a sam prilaz prtljažnom prostoru je takav da omogućava izuzetno lagan utovar/istovar.

U unutrašnjosti je posvećena velika pažnja svim detaljima. Kvalitet završne obrade i materijala je vrhunski – višeslojni

drveni umeci su izuzetno prijatni na dodir, a opciono ambijentalno osvetljenje je projektovano tako da ističe dizajn enterijera. Prednja sedišta mogu biti opremljena sistemom za ventilaciju i masažerom, kao i posebnim podešavanjima kako bi se sedišta u potpunosti prilagodilo putniku.



MMI sistem je u sklopu standardne opreme, a poseduje hard disk za smeštanje svih vrsta podataka kao i mapa za navigacioni sistem. Uz pomoć 3G GSM kartice moguće je priključiti kompletan sistem na internet, a posredno putem WLAN-a omogućiti svim putnicima pristup internetu.

Navigacioni sistem šalje podatke centralnom kompjuteru pa tako automobil ima informacije kako podestiti prednju

svetlosnu grupu, tempomat i druge sisteme vozila kako bi se bolje prilagodio situaciji na drumu.

A7 Sportback ima vrhunsku zvučnu izolaciju, tako da je nivo buke u putničkom prostoru nizak čak i pri visokim brzinama. A7 Sportback se nudi sa četiri V6 agregata: dva dizela i dva benzinska. Motori razvijaju od 204 pa do 300KS. Osnovna pogonska jedinica je FSI benzinac zapremine 2,8 litara koji





raspolaže sa 204 KS. Prati ga trolitarski TFSI agregat koji raspolaže sa 300 KS. Novi 3.0 TDI, proizvodi 204KS i troši samo 5,3l/100km uz 139g/km CO2 emisija. Ovaj model je opremljen sistemom za prikupljanje energije, sistemom za termalno upravljanje i start&stop sistemom.

Na raspolaganju će biti i dva menjača, u zavisnosti od odabranog pogonskog agregata. Multitronic se nalazi u modelima sa pogonom na prednjoj osovini, dok se

sedmostepeni S tronic nalazi u modelima sa quattro pogonom.

A7 Sportback se isporučuje sa 18" felnama, a opciono je moguće poručiti 19 ili 20".

Cena osnovnog modela: 52.000 evra.

Vuk PETIJEVIĆ ■





RIVA - 86'

DOMINO

SINONIM ZA ELEGANCIJU

Istoriju "Riva boatyard" započeo je stolar Pietro Riva 1842. na jezeru Iseo u mestu Sarnico u Italiji. Potom su ga nasledili Ernest, zatim Serafino i na kraju Carlo, koji je stvorio stil i ime poznato širom sveta, kao sinonim za eleganciju i besprekoran ukus...

OSNOVNA KONSTRUKCIJA:

12° Monohedron aluminijumski trup

MOTOR: 2* MTU 16 V 2000 M93

BRZINA: maksimalna brzina 38 čvorova
krstareća brzina 34 čvora

DUŽINA PLOVILA: 26,40 m

MAKSIMALAN BROJ PUTNIKA: 20

DIZAJN: Mauro Micheli



RIVA je priča čistog italijanskog stila, istorija zadovoljstva vožnje čamcem. Ernest je predstavio motor sa unutrašnjim sagorevanjem 1880. i u kombinaciji sa strašću prema trkama njegovog sina Serafina, performansa je postala karakteristika svih Riva jahti. Inovacija, brzina i stil ostale su glavne karakteristike Riva boatyard kroz istoriju. U maju 2000. Riva se pridružila Ferretti Group-u, jednoj od vodećih svetskih proizvođača luksuznih jahti, nagoveštavajući tako početak

novog perioda razvoja i inovacija. Na čelu sa svojim direktorom Feruccio Rossi-jem od 2006, Riva nastavlja da bude sinonim stila, lepote, inovacije, dizajna i kvaliteta širom sveta.

Studija novog modela, koja se odlikuje unikatnim dizajnom i vrhunskog kvaliteta u svim aspektima, poverena je Mauro Micheli-ju i njegovom Officina Italiana Design-u. Riva u potpunosti izražava ono što su u stanju da proizvedu italijanska

kreativnost i umeće, a na radost, zadovoljstvo i divljenje svih onih koji vole luksuz i okean.

Danas se Riva porodica sastoji od jedanaest modela predivne izrade, od 10 do 35 metara, uključujući pet mega jah-ti, 68' Ego Super, 75' Venere, 85' Opera Super, 115' Athena, 92' Duchessa – i novina za nautičku sezonu 2010/2011 - 86' Domino.

Riva je predstavila svoju najnoviju jahtu 86' Domino na Boat Show u Kanu od 08.-13. septembra 2010. Upečatljiv 86' Domino će biti obožavan od strane onih koji vole sportske linije i savršenu ravnotežu između forme i funkcije.

Čiste, unapređene linije ovog 26 metara dugog otvorenog broda će impresionirati sve Riva početnike. Njena dobro izbalansirana lepota prenosi ličnost koja je svojstvena svim



Riva modelima. Ovaj model ističe se novom Metallic Ice bojom koja pokriva trup i kućicu na palubi, stvarajući spektakularan, upečatljiv efekat.

Dizajniran za vlasnike koji vole sportske linije, koje ni na koji način ne utiču na jednostavan stil plovila, Riva 86' Domino je evolucija 63' Vertigo and 68' Ego Super modela. Gosti mogu da uživaju u mnogo više prostora, kao i u velikom broju različitih oblasti za druženje, koje čine ovu jahtu idealnom za duga krstarenja i svakodnevni život na moru.

Kao što je već eksperimentisano na 92' Duchessa, veliki luk na delu za sunčanje, sadrži malu trpezariju sa stolom za šest osoba, dok su drugi sto, takođe za šest gostiju i udoban kauč, smešteni u pilotskoj kabini.

Deo za sunčanje je savršeno integrisan u gornji deo palube, tako da se ne može videti kada se posmatra spolja.

Zatvoren, klimatizovan gornji salon, je otvoreni prostor sa malom trpezarijom i uključuje mnogo prirodnog svetla, koje prodire kroz velike bočne prozore i vetrobran. Diza-





jn nameštaja i posebne nijanse sive bresta i evropskog hrasta sa kožnim detaljima u prirodnoj boji kože i sivi lak, čine ovaj prostor atraktivnim i toplim, naglašavajući prostranost.

Master apartman sa velikim garderoberom i susjednim kupatilom, sadrži privatnu dnevnu sobu i toaletni stočić. VIP apartman nalazi se na luku, dok se dva dvokrevetna apartmana za goste nalaze između ovog i master apartmana.

Riva jahte su se pojavljivale u mnogim filmovima o Džejsu Bondu i redovno krasile naslovne strane vodećih međunarodnih lifestyle magazina od 1950-ih do danas. Ove lepe i elegantne jahte su već dugi niz godina izbor glamuroznih ličnosti, kao što su Brigitte Bardot, Liz Taylor, Claudia Schiffer, George Clooney i mnogih poznatih ličnosti današnjice.

BORA BORA

LJUBAV NA PRVI POGLED

Ukoliko ste u potrazi za najlepšim i najromantičnijim mestom na svetu, na kojem biste proveli godišnji odmor ili medeni mesec, Bora Bora sa svojom lagunom koja podseća na paletu umetnika u plavim i zelenim tonovima, je jednostavno ljubav na prvi pogled.

Bora Bora, ostrvo Francuske Polinezije, nalazi se u Pacifičkom okeanu, na oko 260 km severozapadno od Tahitija (manje od sat vremena leta). Ostrvo je otkriveno 1722. godine, a njen drevni naziv Vavau sugerise da su prvobitni stanovnici ovog, sedam miliona godina starog ostrva, stigli iz Tonga, arhipelaga u Južnom Pacifiku. Izvorni naziv ovog ostrva je Pora Pora, što znači „prvo rođenje“, jer u lokalnom tahićanskom jeziku ne postoji glas “B”.

Savršeno bele peščane plaže zapljuskuje smaragdno plava voda. Glavno ostrvo i nekoliko manjih ostrva Bora Bore, vulkanskog porekla, potpuno su okruženi koralnim grebenom, gde ribe u svim bojama ukrašavaju koralne vrtove, dočekujući ogromne manta raže. Planina Otemanu, nalik dvorcu, para nebo, a zavodljive tropske padine i doline, prekrivene su cvetovima hibiskusa. Palminim listovima, prekriveni motu bungalovi, okružuju blistavu lagunu poput nežne ogrlice.





Jedno od najromantičnijih mesta u univerzumu, prepuno je luksuznih odmarališta, spa centara i bungalova, koji se nadvijaju nad vodom. Sa potpuno bajkovitim ambijentom i fascinantnim vizurama, sve na Bora Bori je za ocenu 10 na skali romantičnosti.

Luksuzna odmarališta već 40 godina dočekuju parove iz celog sveta i poseban ugođaj za goste su doveli do savršenstva. Od izlaska do zalaska sunca, svaki centar je dizajnirao svoj set jedinstvenih momenata za svoje posetioce.



Opijenost od beskrajnog istraživanja i ronjenja, po nestvarno tirkiznim lagunama, uzbudljiva vožnja kanuom, jahanje na talasima, jet ski, posmatranje predivnog zalaska sunca na krstarenju jedrilicom, su samo neke od aktivnosti koje ostrvo pruža posetiocima. Za one sa avanturističkom duhom, interesantno je istraživanje predela pešačenjem ili 4x4 vozilima, sa zabavnim lokalnim vodičima.

Što se shopping-a tiče, mogu se kupiti originalni umetnički predmeti, tahićanski biseri, parfemi i ulja i druge dragocene rukotvorine od drveta.

Proslavljeno knjigama, filmovima i svojom zadivljujućom lepotom, ostrvo je sada preplavljeno turistima. Ali bez obzira na to, trebalo bi ga posetiti.

Letnji meseci, od novembra do aprila, su topli i vlažni sa puno sunčanih dana, dok je ostatak godine malo svežiji i vlažnost vazduha je umerena. Osvežavajući vetrovi duvaju tokom cele godine, pa se jun, jul, avgust i oktobar smatraju idealnim periodom za posetu ostrvu. Mada, iskreno, ne postoji loše vreme za put na ostrvo Bora Bora.

Sonja BOŽOVIĆ ■







FOUR SEASONS RESORT BORA BORA

Mnogi poznaju ostrvo Bora Bora samo kroz primitivne prikaze na slikama slavnog Francuskog umetnika Gogena – one na kojima se egzotični Polinežani izležavaju na zelenom rajskom ostrvu. Four Seasons Resort Bora Bora otvorio je svoja vrata u septembru 2008., kombinujući romantiku ostrva sa svim blagodatima luksuznog hotela, uz boravak na vodi na potpuno nov način.

Lokacija: Bora Bora, Francuska Polinezija

Datum otvaranja: Septembar 2008.

Površina: 220,000 m²

Ukupan broj soba: 107 **Bungalova:** 100 **Vila:** 7

Broj rezidencijalnih jedinica: 15

Restorani: 4 restorana

Prostorije za odmor: SPA, tenis, bazenii, prostorije za fitness

Konferencijske prostorije: ukupna površina 294 m²

Arhitekta: Didier Lefort i Pierre-Jean Picart

Dizajn enterijera: BAMO

Sa 121 sobom i apartmanom - uključujući sedam vila uz obalu - Four Seasons Resort Bora Bora se nalazi u zapanjujuće prelepom ambijentu. Smešten na zadivljujućih 22 hektara, rezort ispunjava ogroman niz potreba i priređuje različite zabavne programe. Možete uživati u svežim plodovima mora na terasi u restoranu Arii Moana, koji se nalazi uz more ili privatnoj večeri na plaži uz zalazak sunca, uz polinežansku muziku. Sumrak je pravo vreme za ispijanje Bora Bora koktela u Sunset restoranu i baru. Four Seasons Resort Bora Bora je kulturni raj, mešavina spokoja južnog Pacifika i snažne polinežanske umetnosti plesa, pesme, ku-

hinje, tkanina, pomorstva i sporta. Resort kombinuje najviše standarde usluga sa prirodnom neusiljenošću i ljupkim gostoprimstvom polinežanske kulture, kao posledicu odlične veze sa ostrvskom zajednicom.

Arhitektura ovog facinantnog rezorta je plod jedinstvene saradnje, koja objedunjuje kosmopolitski šarm pariskog arhitekta Didier Leforta i moderne elegancije BAMO, dizajnerske firme iz San Franciska, sa polinežanskom autentičnošću, poznatog južnopacifičkog arhitekta Pierre-Jean Picarta.





Rezort se sastoji od 100 bungalova, koji se nadvijaju nad vodom i sedam vila na plaži – jedinstvenog dizajna sa krovovima od palminog lišća, koje su ukrašene autentičnim umetničkim radovima.

Četiri restorana, koji nude ogroman izbor kreativnih kulinar-skih iskustava, od polinežanskih i francuskih, do tradicional-

nih jela, dopunjeni su posebnim restoranima, od privatnih trpezarija na obali okeana do Tahičanske gozbe na otvo-renom, spemljene u tradicionalnim “a’hi ma’a” zemljanim posudama.

Spa Four Seasons Resort Bora Bora je proglašen za “naj-bolji spa u Australiji i južnom Pacifiku”, a zauzima i 5. mesto



na svetskoj listi "The World's Top 25". Tretmani su mešavina tradicije Polinezije sa naukom, kako bi se povećale terapijske vrednosti i relaksacija. Lokalni sastojci kao što su cennjene monoi, domaća vanila, kahaia cvet i prah crnih bisera, koriste se u različitim tretmanima.

Four Seasons Resort Bora Bora stvara pravi dom daleko od kuće, za one koji znaju i cene najbolje. Gosti mogu utonuti u duboku tišinu ovog ostrva, uroniti u običaje i tradiciju lokalne kulture ili krenuti na jednu od mnogih avantura.

Milena KOLARIĆ ■

lovesex™
durex®



Jedinstveni, prirodni osećaj,
skoro kao bez kondoma.



Durex Fetherlite Ultima
najtanji prezervativ,
tamo gde je to najvažnije.



Feel closer

Senzualan dodir, intimnost - sve je u osećaju.
Što više osetite, postaje čarobnije.

Najbolji sex do sada

VAPIANO

BEOGRAD

VAPIANO restorani postali su hit u svetu šireći svoju misiju kulture pripremanja i uživanja u hrani, u urbanim, minimalističkim enterijerima, koje karakterišu veliki prostori, svetlo drvo, maslinova stabla, sedenje većeg broja gostiju za šank stolovima, koje mami na otvorenu komunikaciju i osmehe, kao i bar za dnevnu kafu i večernje druženje.

“Onaj ko opušteno ide kroz život, živi zdravije i duže” moto je VAPIANO restorana.

Ukoliko volite mediteranski duh i način života, obožavaćete i VAPIANO PASTA PIZZA BAR, koji predstavlja spoj kreativnog i brzog pripremanja i opuštenog uživanja u hrani.

Gosti mogu da biraju između raznovrsnih pasta, sa testenima koje se prave u restoranu, pica napravljenih od odabranih sastojaka, kao i raznovrsnih svežih salata. Takođe su u prilici da nadgledaju proces pripreme jela na maslinovom ulju i da sami biraju prelive i začinsko bilje koje žele u obrok. U baru restorana mogu opušteno uživati u italijanskim desertima ili vinu, koje se može poručiti i na čašu.





Vizuelni koncept restorana osmislio je milanski dizajner Matteo Thun. Zamislio ga je kao veliku pozornicu malih specijaliteta okruženog zidovima od mramora i prirodnog kamena. Ambijent odlikuje i minimalistički enterijer, svetlo hrastovo drvo, a središte svakog restorana čine stabla maslina, oko kojih se nalaze stolovi sa više mesta za se-

denje, koji pružaju mogućnost za opuštenu i neposrednu komunikaciju.

U Beogradu, VAPIANO restoran se nalazi na drugom spratu TC Ušće i jedan je u lancu od 60 restorana u gradovima širom sveta. Posećenost pokazuje da su VAPIANO mnogi



Beograđani prepoznali kao svoje mesto za svež i zdrav obrok u toku dana ili kao pravi izbor da večer provedu sa prijateljima u opuštenom druženju uz laganu večeru, s obzirom da restoran radi do kasnih večernjih sati.

VAPIANO je inovativni “fresh casual” koncept i predstavlja odličan balans sveže kuhinje, moderne arhitekture i sjajnog ambijenta.

Ana POLIĆ ■



VEUVE CLICQUOT DOMINIQUE DEMARVILLE

Veve Clicquot je danas sinonim za luksuz bez premca širom sveta, kao savršeni spoj odvažnosti i elegancije... svoju veoma dugu reputaciju, duguje izuzetno modernoj ženi, Madame Clicquot, koja je kao udovica, postala prva poslovna žena tog doba, preuzevši vođenje vinarije 1805. godine...

Poznat po svom kvalitetu i kreativnosti, Veuve Clicquot je oduvek privlačio najveće talente, posebno u oblasti dizajna - kao što su Karim Rašid, Andree Putman, Pablo Reinoso, Christophe Pillet, Porche Design Studio i mnogi drugi. Da Veuve Clicquot ima inovativan, smeo pristup bilo je evidentno kada su 1877. kao prva kompanija registrovali svoju jedinstvenu prepoznatljivu žutu boju, koja se i danas nalazi na flaši Veuve Clicquot Yellow Label. Veuve Clicquot Ponsardin etiketa je strogo ograničena na mešavine koje proizvodi majstor podruma (Cellar Master) i koristi se isključivo za vino poreklom iz Šampanje - regiona Francuske. Majstor podruma ima ključnu ulogu, a tek deseti majstor ovog vinskog podruma, koje postoji od 1772., je Dominique Demarville...



Da li se sećate momenta u Vašem životu kada se rodila ljubav prema vinu?

Godine 1985. zaljubio sam se u šampanjac, ali i okrug Šampanja, vinograde i u ljude. Tada sam otkrio strast prema uzgajivačima vinove loze ove sorte, zbog teškog rada u vinogradima, ali i zbog kvaliteta. Imao sam priliku da radim kao berač kod mog prijatelja u dolini Marne, u selu Charly sur Marne.

Da li ste oduvek želeli da postanete majstor podruma?

Nisam, pre nego što sam odlučio da postanem majstor podruma, voleo sam poljoprivredu i školovao sam se u tom pravcu, jer me je od najranijeg detinjstva zanimala proizvodnja hrane i veza između zemlje, klime i prirode.

Da li je ljubav prema vinu uticala na razvoj Vaše karijere ili Vas je karijera navodila na „put vina“?

Naravno, ljubav prema vinu je upravljala mojom karijerom. Nisam se rodio u „vinskom“ regionu, i tokom studija, želeo sam da posetim nekoliko vinograda – pravio sam vino u Burgundiji, u Bordou, u Alzasu, ali i u Šampanji. Stalno sam sretao zaljubljenike u vino, koji su mi prenosili svoju ljubav prema vinu, kao i znanje.

Da li smatrate da je za Vas veliki izazov što se nalazite u uspešnom timu, kao što je Clicquot, obzirom na njegovu dugu istoriju i tradiciju?

Istorija vina Veuve Clicquot i tradicija predstavljaju sam kvalitet ovog brenda. Ja sam samo deseti majstor vinskog podruma od 1772. godine. Jacques Peters, moj prethodnik, preneo mi je svo znanje i duh vina Veuve Clicquot, kako bih





uspeo da održim konzistentnost ukusa. Tako je bilo i sa njegovim prethodnicima. Još uvek se držimo motoa gospođe Veuve Clicquot: „Samo jedan kvalitet, onaj najbolji“.

Možete li nam ukratko objasniti kako izgleda Vaš posao?

U ulozi majstora podruma vina kuće Veuve Clicquot, tri aktivnosti su najvažnije:

- Nabavka grožđa: majstor podruma vina je zadužen za odnose sa dobavljačima grožđa, jer je veoma važno da prati kvalitet grožđa, kao i redovnost nabavki.

- Proizvodnja i mešanje vina: ovo je srce posla, jer majstor određuje način proizvodnje vina i mešanja.
- Komunikacija: važno je proizvesti vino, ali i stvoriti dobar odnos sa uzgajivačima, što mi pruža prilike da putujem u razne zemlje i da se srećem sa našim klijentima. Imam tu sreću da imam odličan tim koji radi sa mnom i koji nosi veliku odgovornost.

Šta je po vama najvažnije za dobar kvalitet vina?

Ako moram da izdvojim par činilaca, fokusirao bih se na:

- kvalitet grožđa: ne možemo da napravimo dobra vina bez dobrih sirovina.
- mešanje: samo srce kvaliteta i konzistentnosti.
- rezervna vina iz prethodne berbe: ova vina, čuvana i po nekoliko godina, koriste se za mešanje, jer njihovo dugo taloženje, Yellow Label vinima, dodaje složenost i intenzitet Veuve Clicquot.

Koje sorte grožđa favorizujete?

Obožavam strukturu i finese sorte Pinot Noir, kada se kultiviše u kvalitetnim regionima.

Možete li izdvojiti omiljeno vino iz vašeg asortimana Clicquot?

Vina Veuve Clicquot smatram za svoju decu, tako da mi je teško da kažem koje volim više! Ipak, vino zbog kojeg me žmarci podilaze je, La Grande Dame Rosé 1988, koje predstavlja ono što ja volim iz sorte Pinot Noir iz Šampanje: dubinu, laganu strukturu, izvanrednu dužinu i delikatnost. S druge strane, ako bih morao da ponesem samo jednu buteljku u pustinju ili na Mesec, onda bi to bio Yellow Label!

Koju biste kombinaciju hrane i vina preporučili našim čitaocima?

Zahvaljujući predomnanosti sorte Pinot Noir, vina Veuve Clicquot su odlična za kombinaciju sa hranom. Uz Yellow Label volim da jedem škampe ili ribu lubin. Ako želite da eksperimentišete, iskombinujte sir kao što je Comté sa nekom berbom, veoma je uzbudljivo.

Šta mislite o „Mini STUDIO magazinu“?

Mini STUDIO magazin je odličan elektronski magazin o stilu života. Veoma je prijatan za čitanje i sadrži prelepe fotografije. Oni koji vole život, moraju da čitaju Mini STUDIO magazin. U njemu mogu da pronađu veliki broj informacija o savremenom životu: o kući, putovanjima, automobilima, hrani, vinu... Čestitke!

Ratomir ŽIVKOVIĆ ■



SLEDEĆI BROJ IZLAZI
1. NOVEMBRA.

VIDIMO SE
USKORO!

studio
MAGAZIN