

PRVI ONLINE "HOME, LIFE STYLE MAGAZIN" ■ GODINA II ■ FEBRUAR 2011. ■ BROJ 13

MINI studio MAGAZIN



ENTERIJER & NEW WAVE:

"MAISON&OBJET,
PARIZ"

INTERVJU:

"ALESSANDRO
SARTORI"

U POKRETU:

"NOVI MERCEDES
CLS"

www.ministudio.rs

ISSN 1821-3510



Svi bi ga poželeti.
C AMG Styling za 30.990 €



125! years of innovation



Mercedes-Benz

nbgLEASING



5 godina besplatnog preventivnog
održavanja (redovno servisiranje)

SADRŽAJ

HOME STYLE

■ ARHITEKTURA	"Kuća sa dva lica"	04
■ WHAT'S NEW		12
■ ENTERIJER & NEW WAVE	"MAISON&OBJET Sajam u Parizu"	16
■ INTERVJU	"Alessandro Sartori"	26
■ DIZAJN	"Karim space u Beogradu"	28
■ DEKOR	"Zima u baroknom stilu"	32
■ VODENA OAZA	"Spa u vašem domu"	36
■ OSVETLJENJE	"Fontana Arte"	40

LIFE STYLE

■ SATOVI I NAKIT	"Tiffany & Co."	44
	"Rolex Deepsea"	48
■ FASHION	"Armani"	50
■ U POKRETU	"Novi CLS"	54
	"YAMAHA FXNyro M-TX SE 162"	60
■ PUT POD NOGE	"St. Moritz i Dubai"	64
■ DIZAJN HOTELI	"Copperhill - hotel na bakarnom brdu"	72
■ SPA I WELLNESS	"Uživanje na italijanski način"	78
■ HEDONIZAM UKUSA	"Aureole NYC"	82
■ CRNO BELI SVET	"Alois lageder 2009 Pinot Grigio"	86

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, Ratomir Živković, Vuk
Petijević, Ana Nešić, Ana Polić, Darija
Jelinčić, Tin Tešić, Nemanja Lakić
- Advertising
advertising@ministudio.rs
- Redakcija
Lomina 7/1, 11000 Beograd, Srbija
+381 11 3392 681
www.ministudiomagazin.com



REČ UREDNICE

U našem prvom ovogodišnjem broju, pogledajte nove trendove sa sajma MAISON&OBJET u Parizu, vesti sa sajma iz Kelna, fantastičnu kuću sa dva lica u Brazilu, „Karim space“ u Beogradu, svet čarobnih lampi Fontana Arte i dr. U duhu zime, predstavljamo vam priče o St.Moritz-u, planinskom hotelu u Švedskoj i motornim sankama, za one koji žele da se ugreju, tu je Dubai, dragulj Persijskog zaliva. Luksuzni sjaj Mercedesa CLS, Rolex a Tifanny nakita, pronašao je put do naših stranica... Smestite se udobno, sipajte sebi čašu dobrog vina Pinot Grigio i uživajte uz nove teme...

KUĆA SA DVA LICA

Rođen 1952, Marcio Kogan je diplomirao arhitekturu na Mackenzie Univerzitetu u Sao Paulu.

On je jedan od najboljih arhitekata današnjice u Brazilu. Sa oštrim okom za detalje, Marcio Kogan predvodi generaciju koja donosi novi koncept arhitekture u Brazil. Sa uzbudljivim projektima, on izvanredno dobro radi sa teksturama materijala, stvarajući prostor gde svaki detalj dovodi do savršenstva. Senzibilitet koji on ima u osmišljavanju prostora je jednostavno šokantan.

Lokacija: Parati, Rio de Žaneiro, Brazil

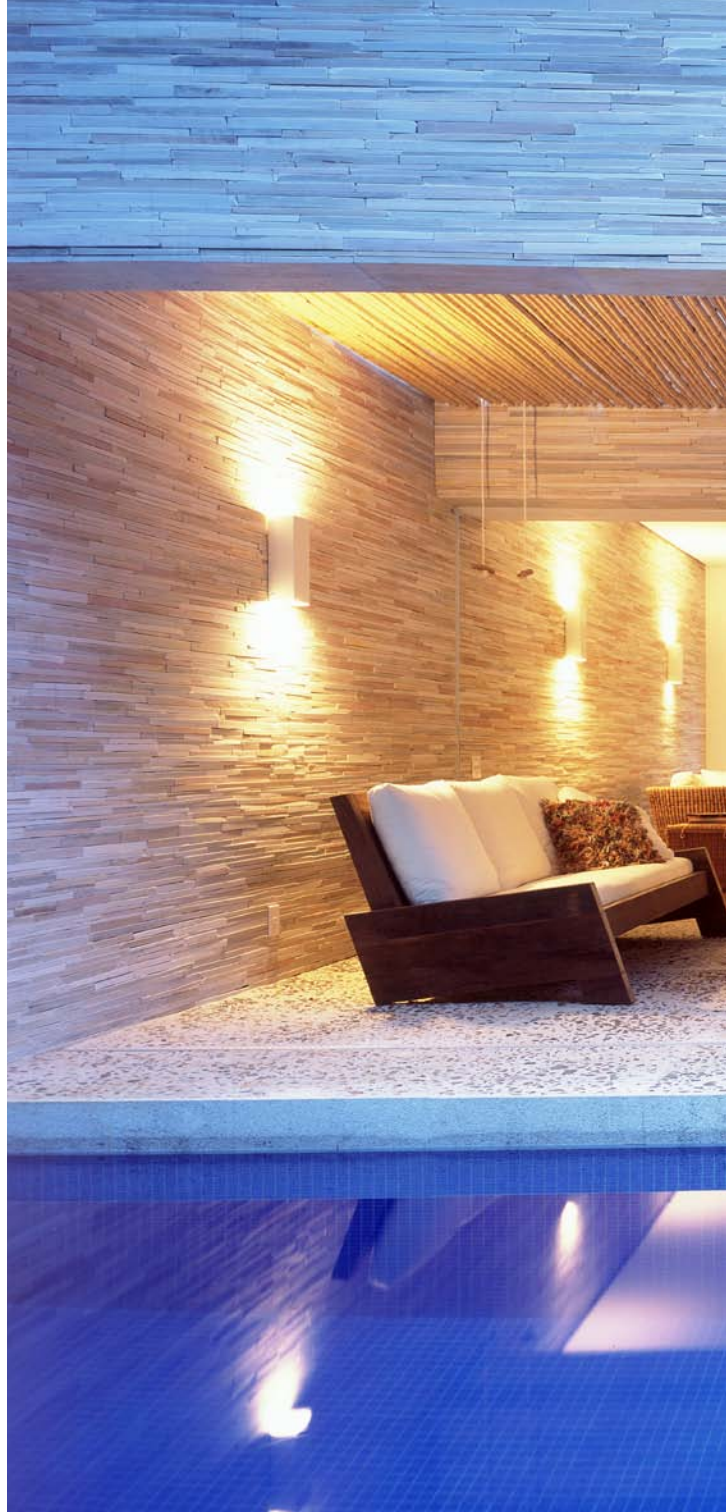
Autor: Marcio Kogan

Koautori: Diana Radomysler, Cassia Cavani

Dizajn enterijera: Marcio Kogan, Diana Radomysler

Godina izgradnje: 2003.

Fotograf: Arnaldo Pappalardo







Kuća se nalazi u Laranjeiras kondominijumu, 15 km od isto-rijskog grada Parati, blizu Rio de Žaneira. U kompleksu, gde je locirana Koganova kuća “Du Plessis”, nalaze se neke od najboljih plaža u toj oblasti, sa svojom marinom. Osnovni koncept ovog projekta je arhitektura sa “dva lica” - moder-na spolja, a iznutra konvencionalna.

Pridržavajući sa normi kondominijuma, koji zahtevaju krov od crepa, ovo rešenje je uspelo da prenese modernistič-

ke misli autora. Za razliku od Koganovih kuća u Sao Pao-lu, bezbednost ovog kompleksa, dozvolila mu je da otvori kuću ka predivnim vizurama, bazenu i širini plaže.

Kuća je jednostavna, velika kutija, obložena kamenom iz Minas Gerais (jedne od 26 država u Brazilu) i ima centralno dvorište, gde četiri drveća izviru iz vijugave šljunkovite staze. Kada posmatrate kuću iz dvorišta, sa svojim tradicionalnim krovom od crepa, ona izgleda konvencionalno.

Putovanje iz snova. Ekonomska klasa.

Udobna sedišta sa ekranima, besprekorna usluga, ukusna kuhinja i osoblje koje govori i vašim jezikom, pratiće vas u otkrivanju nove dimenzije letenja u ekonomskoj klasi Emirates. Zabavite se uz najveće filmske i muzičke hitove i video igre po vašem izboru, dok će se Emirates pobrinuti za izdavanje ulaznih viza za UAE.

Letite sa stilom do Dubaija i dalje. Fly Emirates. Keep discovering.

Putujte iz Beograda preko Istanbula, Frankfurta i Dubaija do mnogih drugih sverskih destinacija.

Preko 400 međunarodnih nagrada i preko 100 destinacija širom sveta uključujući Dubai, Australiju, Bangkok, Kinu, Mauricijus, Sejšele i Maldive. Iskoristite pogodnosti Stopover programa u Dubaiju. Za više detalja kontaktirajte Emirates Beograd na telefone 011/30 34 488, 011/30 34 489; ekbeg@eunet.rs ili kontaktirajte Vašu putničku agenciju.

Četiri apartmana i mala TV sala, okrenuti su licem ka ovoj oblasti, preko kojih su postavljene drvene mreže, koje se protežu sa jednog kraja na drugi, formirajući neku vrstu filtera svetla. Noću, posmatrano iz vrta, ovaj drveni pokrivač, transformiše se u svetiljku, kada se svetla upale u sobama.

Kuća je u obliku slova L i okrenuta prema severu, stranom koja gleda ka moru, gde se nalaze igraonica i bazen.

Spavaće sobe, trpezarija i dnevni boravak imaju vrata sa orijentacijom istok-zapad, zbog unakrsne ventilacije. Bar i igraonica imaju vrata sa orijentacijom sever-jug. U "L" uglu, nalaze se stepenice, kuhinja, servisna zona i sobe za pomoćno osoblje.

Donji nivo, iako naizgled otvoren, može da se zatvori pomoću skrivenih staklenih vrata, sakrivenih u zidovima od





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

kamena i drveta. Na istočnoj strani, postoji kratka drvena staza, koja vodi ka bazenu. Mermerni pod proteže se na zapadnoj strani kuće prema dvorištu, stvarajući kontrast u teksturi i boji, sa travnjakom iza kuće. Kamen se ponovo pojavljuje u centralnom delu kuće, nastavljajući da okružuje bar i igraonicu, kao osnova za lakšu drvenu konstrukciju iznad. Glavni soba je okrenuta ka zadnjem dvorištu, sa pogledom na sam obod atlantske prašume. Kada se sva vrata povuku, dnevni boravak se spaja sa

otvorenim prostorom u kojem se nalazi bazen, čime se stvara jedna kompaktna celina. Natkrivena terasa, koja se prostire preko dnevne zone, obložena je bambusom. Otvor u dvorištu omogućava neverovatnu vizuru, prema golf terenu kondominijuma.

Na spratu je formirana noćna zona, sa šest soba. Dve bračnice i ostale sa dva kreveta, svaka sa sopstvenim kupatilom i setom mekih zavesa pastelnih boja, za zaštitu od insekata.





Posmatranje izlaska sunca u ranim jutarnjim satima, mora biti fantastičan doživljaj sa gornje terase, ali u danima kada ukućani nisu raspoloženi za rano ustajanje, zatvaranjem ša-lona, ceo prednji deo može biti pretvoren u jedan drveni panel. Ovo je, takođe, korisno u ovoj oblasti, koja može biti pogođena jakim olujama. Rešetkasta ograda oko gornje terase ima gotovo Burberry izgled sa svojom "kariranom" strukturom, koja obezbeđuje privatnost i zaštitu, dozvolja-vajući vazduhu da cirkuliše.

Metode gradnje su tradicionalne, sa zakrivljenim glinenim crepovima na krovu i osnovnom konstrukcijom, izgrađe-nom od betonskih blokova, obloženih kamenom. Materijali nisu skupi, ali ukupan efekat je i reduktivistički i zavodljiv. Ovo je pravo sklonište, privatno mesto, daleko od haosa najprometnijih gradova u Brazilu.

Ana POLIĆ ■

WHAT'S NEW

SIMPO U KELNU



Među izlagačima na sajmu "IMM Cologne // LivingKitchen 2011", ove godine se našao i štand srpskog brenda SIMPO, koji je predstavio 19 modela, od kojih je 7 iz kolekcije SIMPO-vog premium brenda, ENVIRO. Na prostoru od 500m2 u Premijum Hali 6.1., Simpov štand se našao rame uz rame sa više od 60 prestižnih firmi, uključujući MDF Italia, Selva, Kartell, Potocco, Bonaldo, Zeus Noto, Bensen, Softline, Matteo-grassi, Riva, Minotti, Flexform, La Palma, Cassina, Cappellini, Poltrona Frau, Marac, Fiam, Cierre, Porada, Tonon, Natuzzi...

DIZAJN DETALJI FASCINIRAJU MUŠKARCE

Pored kvaliteta i ukusa, dizajn brenda je ono što povezuje taj brend sa potrošačem. Heineken je upravo to imao u vidu, kada je na tržište lansirao novu taktilnu limenku, čija se lepota otkriva na prvi dodir. Novi dizajn Heineken pakovanja koristi savremeni dizajn krive, inspirisan Heineken 'trkačkom stazom', koja zaokružuje logo. Specijalni nanos boje, koji vizuelno pruža utisak orošenosti limenke, nudi potrošačima jedinstvenu senzaciju na dodir. Limenka se sada lakše drži u ruci, bolje prijanja, a što je najvažnije, njena tekstura daje utisak kondenzacije i potpunog osveženja. Srebrni aluminijum, originalna boja limenke kao pakovanja, koji je sada vidljiv, pruža percepciju hladnog, a to je upravo ono što očekujemo od piva.



Prvi online **AUTO** MAGAZIN u Srbiji



PRVI ELEKTRONSKI AUTO MAGAZIN U SRBIJI | GODINA 1 | FEBRUAR 2011. | BROJ 1

AUTO Exclusive MAGAZIN

TOP
BENTLEY - NEW
CONTINENTAL GT

EXCLUSIVE
NOVI BMW 6
CABRIO

DESIGN
ALFA ROMEO
GIULIETTA

AUTO Exclusive
MAGAZIN

SELVA "RENESENSA KLASIKE"

Na sajmu u Kelnu, kompanija Selva je uspešno započela sezonu 2011. Nova kolekcija, više međunarodnih gostiju nego prošle godine i potpuno pozitivna reakcija – obeležili su izuzetan početak godine ove uspešne italijanske kompanije. Kolekcija Luna predstavlja klasičnu eleganciju, koja je ipak sveža i moderna. Ona zajedno sa kolekcijom Eleganza formira čvrstu osnovu Selva linije proizvoda. Kombinacija tradicionalnog, modernog i promenljivog, po kojima je italijanska firma dobro poznata, takođe, karakteriše štand na sajmu u Kelnu. Svetli tonovi na zidovima i podu, sa akcentima boja na lampama i vazama, i akse-

soar, kao što je piljevina od drveta - interakcija između prirodnih boja, estetske materijalnosti i osmišljene šeme boja, prenose inspirativnu atmosferu, stvarajući savršenu pozornicu za nameštaj.

„U 2010. su već nastale pozitivne promene u sektoru, ali će 2011. sigurno biti još bolja. Naša nova kolekcija donosi linije klasičnog u moderno doba. Sve više i više ljudi želi romantičan nameštaj, koji je ipak još uvek moderan, a upravo je to stav koji zauzima Selva.“, objasnio je Filip Selva, direktor kompanije Selva.



GIO PONTI | CASSINA

NOVI IZGLED 699 SUPERLEGGERA STOLICE

Cassina je predstavila dva nova reizdanja legendarne "699 Superleggera" stolice, koju je dizajnirao Gio Ponti za "Cassina | Contemporanei" kolekciju. Pored postojećih, od prirodnog jasena, crnih lakiranih i belih lakiranih stolica, sa sedištem od indijske trske, sada su dostupne sa šarenim jastučićima od kože ili tkanine koja se skida. Sa 450 mogućih kombinacija, ima okvir od prirodnog jasena, koji transparentno lakiran u crno ili belo, elegantno otkriva pravu suštinu drvene strukture. Drugo reizdanje, ima fantastične dvobojne crno-bele lakirane okvire i postavljena sedišta od bele ili grafit kože. "Superleggera" stolica, koja se neprekidno proizvodi od 1957., predstavlja simbol savršenstva i balans između čvrstine i lakoće, sa trougaonim presekom od samo 18 mm i težine od 1.700 g.



Generalni distributer za proizvode
CASSINA u Srbiji je **MODUS VIVENDI**.
info@modvivent.com

NOVI IZGLED. ISTI, SJAJAN UKUS.



NOVA HEINEKEN LIMENKA


Heineken
open your world

ENJOY RESPONSIBLY

"UN-PLUGGED", FRANÇOIS BERNARD
FOTO: © FILLIOUX&FILLIOUX

UNPLUGGED (LETTING GO)

Chaos simplifies how distant and at the end, less expensive? The dream of unplugging a complicated life in order to find balance is a charmingly local offering in part of the Abenaki relationship. Do we have to leave in order to gain? What must we let go of in order to better grasp... the meaning of our times and the desire to be well?

Ethical and social motivations are propelling a desire for change local, especially involving the environment, culture, and ethics. The fundamental simplicity of our economic situation has led to a desire for simplicity and self-production. New strategies want to produce something. On the rooftop decks of apartment buildings or in basements of vacant city lots there has been a rebirth of shared gardens, bookshops, vegetable co-ops. New York, Boulder, Shanghai, Detroit... the major metropolitan areas are adopting an agro-ethic and increasing survival kits in case of an energy shortage.

An aesthetics of the simple and the local like barns is becoming an architectural archetype aligns the plugged with its urban, intra-urban dimension. New technologies produced a global village, a reservoir of knowledge and the possibility of exchanges with people on the other side of the planet. We expected quality knowledge, we got a vast quantity of information, and discovering so in a minute outpouring of signs, the virtual would take the place of the real world.

UNDERSTANDING UNPLUGGED!

Unplugged doesn't imply "doing nothing", "stopping making", "producing nothing". Unplugged is first and foremost an aesthetic form that considers it more important to use means that are direct, negotiable, adaptable, and transformable by the user rather than having someone, recourse to a service based society that offers "packages". Unplugged prefers the real world to the virtual world.

FOOD AS A MODEL

Expressed as first as an ethical, marginal phenomenon, locavores are rethinking their philosophy to the whole planet. An attention to pleasure combines the good and the healthy, sustainable development and "sobriety". Relating to a community, creating economic and social ties, animating a desire that goes beyond the local consumption of the past 50 or 60 years. Something is changing, and food could very well be the spearhead for "made locally" production, a hand-sign directly joined by fashion, cosmetics, construction materials, and design.

SEASONALITY

Reestablishing a connection to the seasons indicates a desire to live at nature's pace. Unplugged pushes off virtual reality in order to better connect to the real: eating seasonal foods, preferring season to digital music, sleeping even in the winter, celebrating the return of hot weather and the cycle of the year's holidays.

UN-PLUGGED
CONCEPTION FRANÇOIS BERNARD

[illegible]

Unplugged je prva faza, koja predstavlja odgovor na pritiske kulture, brzine i standardizacije. Ljudi isključuju, usporevaju, postavljaju viziju „novog luksuza“, koji je „posvećen pojednostavljenoj udobnosti“.

HAUTE TENSION je druga faza, koja se fokusira na momente pojačane emocije, sa dizajnom, koji koristi taktilne efekte, zvuke, mirise da se angažuju čula i obogati blagostanje, kroz ono što se naziva „tehno-poezija“.

HYPNOTIC je završna faza, koja se oslanja na druge faze, kako bi prikazala dizajn, koji je transformacioni. Otkriva nova iskustva, perspektive i „programira magični narativ, koji reaktivira emocije i intenzivira svakodnevni život“.

DIZAJNER GODINE MAISON&OBJET 2011 Edouard François

Edouard François, francuski arhitekta, je sada jedan od glavnih igrača u “zelenoj arhitekturi” u svetu, a njegov rad se fokusira na suštinu, kontekst, korisnost, ekonomiju i ekologiju, u skladu sa principima održivog razvoja. Bez dogmatizma i sa humorističkim dodirom, Edouard François uspeva da prenese suštinske poruke. Njegova arhitektura, koju je lako opisati kao ekološki odgovor na kontekst u kome nastaje, kultiviše i umeće da nešto bude vidljivo, dok





"HYPNOTIC", VINCENT GRÉGOIRE
FOTO: ©FILLIOUX&FILLIOUX

se ostaje skriveno. Ovaj izraz se fokusira na jednostavnost forme i prirodne materijale, ali i na poeziju.

Prepoznat od MAISON&OBJET kao dizajner 2011. godine, Edouard François odlučno živi u srcu sadašnjeg trenutka, a malo i u budućnosti.

SRPSKI UMETNIK NA MAISON&OBJET Bogdan Pavlović

Bogdan Pavlović, srpski umetnik, koji živi i radi u Parizu, izlagao je na MAISON&OBJET, u hali 5B. Rodjen je 1969. godine u Beogradu, a diplomirao je slikarstvo na Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts u Parizu 1997.

Bogatstvo i raznorodnost sižea, likovnih pristupa, kao i materijala, su neke od karakteristika Pavlovićevog stvaralaštva. U novom ciklusu slika "Crni horizont" iz 2010. godine Bogdan Pavlović, kao podlogu ne koristi platno, već ne-pikturalni materijal, crni itison.

Jaki kontrasti, svedeni hromatski odnosi i ekspresivnost su samo neki od kvaliteta ovih radova.

Ove slike oživljavaju atmosfere dokumenata vezanih za savremenu arhitekturu, enterijere ili scene iz svakodnevnog života.

HALA 1 Ethnic Chic.MIC

Ovo je priča o putovanjima, prirodi, atmosferi, sa širokim spektrom udaljenih ili urbanih inspiracija. Savremeni „lonac“ koji okuplja tradiciju, dizajnerski stil, objekte i nameštaj “studij-skog duha”, reciklažu, odstupanje ili čistu kreativnost. Akcenat je na tradicionalnom radu u udaljenim zemljama, originalnim sirovinama i dizajnu, koji je sve više „originalan i genijalan“.

HALA 2 Textile

Fokus je na oplemenjivanju, modi i njenom duhu, plemenitim materijalima i oku za detalje u vrhunskim tkaninama za domaćinstvo. Glavna modna imena sada imaju svoje linije kućnog

tekstila: Scherrer za Devaux, Jean-Charles de Castelbajac i José Lévy za Garnier Thiebaut, dok će Hugo Boss linija za kupatilo biti lansirana širom sveta od strane Fremaux Delorme grupe, koja već poseduje Kenzo licencu. Tu je Sonia Rykiel za Hacot Colombier, Malo za Svad Dondi, Loro Piana, Ungaro za Carrara i Trussardi. Frette, sada po prvi put na sajmu, predstavlja svoj dragoceni svet. Liou, vrlo kreativna i ženstvena posteljina, predstavlja nešto sasvim novo.

Loro Piana

Loro Piana posluje u industriji luksuzne robe sa misijom pružanja beskompromisnog kvaliteta. Za šest generacija, kom-



panija je proizvodila najfinije tkanine od vune i kašmira, za najsofisticiranije i najzahtevnije klijente. Na Maison&Objet, uvodi 20 novih tkanina inspirisanih kolonijalnim stilom. Čvrste i prozirne tkanine, teksture i novi reljefni dizajn u prirodnim bojama, koji može biti uparen međusobno, ili sa prethodnim modelima tkanine. Najplemenitiji kašmir, platno, vuna i svila su obogaćeni novim prepletajem konjske dlake, jute i svilenih niti, tkane na najboljim vunenim osnovama, dajući život modelima za tapaciranje stvari i tkaninama sa idealnom konzistencijom za dekoracije i zavese.

HALA 3 La Table

Francuski gastronomski obrok je ocenjen od strane UNESCO-a, kao kulturna i prirodna baština, koja ima neprocenjivu i nezamenljivu važnost, ne samo za Francuze, već za čovečanstvo u celini, jer predstavlja vrhunsko umeće. Posuđe je deo ovog sada zaštićenog obreda, pa je JL Coquet Limoges, predstavio novu kolekciju porcelana „Satisfaction“. Promenljivi koncept dizajniran je da odgovara za svako jelo, od predjela do deserta. Veliki kuvari su doprineli njegovom razvoju; Anne-Sophie Pic je razvila „Bistro“ kolekciju sa kompanijom Revol. Glavni izlagači su Alessi, Menu, Forge de Laguiole, Italesse, litala, Guzzini, Jia, Virages, Jars, Carl Mertens, Riva, Vista Alegre, Cristel, Le Creuset, Zwilling, Revol, Microplane.

HALA 4 Côté déco Références

Izlagači na Côté déco Références, nude veoma modernu reinterpretaciju klasičnog stila, kao i bogatu mešavinu pre-rađenih proizvoda (nameštaj, pribor), sa velikim znanjem u primeni opštih dekorativnih koncepata. Predstavljeni su Arca, Artcopi i Objet de Curiosité, Balmuir, Casali, Charles Interior, Christopher Guy, Clock House, Ego Zeroventiqua-



SRPSKI UMETNIK: BOGDAN PAVLOVIĆ
“DESIGNED INTERIOR ACRYLIC ON CARPET”

tro, Elledue, Guadarte, Judy Selection, Marioni, Meubles Grange, Mocape, Pieter Porters, Ponto de Luz, Riviere, Soher, Talent's Home EhaLt, Trastes E Contrastes, Turri, Van Roon, Van Thiel, Zanaboni...

HALA 5A Côté Déco Charme

Šarmantan nameštaj je uvek bio deo genetskog koda

MAISON&OBJET i mnogo je doprineo ugledu izložbe tokom godina. Ovaj stil, koji izražava Francusku umetnost življenja, tako efikasno, zauzima veoma važno mesto u srcu izložbe ove godine, sa dolaskom velikih izlagača, koji su obogatili ponudu. Bezvremeni stil, predstavljen je u osnovnom konceptu kod Jardin d'Ulysse, Comptoir de Famille, Country Corner, Verceral, Cote Table. Integracija šarmantnog i savremenog tekstila na Côté deco Charme predstav-

ljena je kompanijama kao što su Zoepritz, FS Home, Poemo Design, Midipy, Couleur Chanvre.

Inspiration Jardin

Enterijer i balkon postaju zeleni, sa aksesoarom, koji asocira na baštu i prirodu. Glavni izlagači: Sempre, nameštaj i staklo, Rita Jordens, fontane, Gusto, aksesoar za balkone i dvorišta, Mobach, saksije za enterijer.



Intérieur Spa & Senteurs

Blagostanje je predstavljeno kroz mirisne dekoracije, prirodnu kozmetiku, ali i asortiman dodatne opreme i neophodnih sitnica, za stvaranje kompletne Spa atmosfere: tekstil, mali komadi nameštaja, rasvete i posude.

HALA 5B Côté déco Actuel

Ova jedinstveni i ekskluzivni sektor, promoviše kreativnost i izvrsnost savremenog nameštaja i dekoracijskih koncepata, koji privlače međunarodnu, vrhunsku, raznovrsnu i komplementarnu bazu klijenata. Inovacija podrazumeva i povratak na osnove. Predstavljen od strane kompanije kao što su St Paul Home, Heerenhuis, Ethnicraft i Bleu Nature, koje su odlučile da usvoje razumno korišćenje prirodnih resursa. Treba imati u vidu i outdoor proizvode, koje su predstavili izlagači kao što su Domani, Manutti, Goooo i dr.

HALA 6 MAISON&OBJET musées

MAISON&OBJET musées, u specifičnoj scenografiji, predstavlja eklektičan raspon kulturnih ili prilagodljivih proizvoda: obrazovne igre, pribor, knjige, tekstilnu galanteriju, modni pribor, reprodukcije... u savremenim, klasičnim ili etno stilovima.

Accessoires Maison

Svet zavođenja otelotvoren od strane dizajnera u bogatim i raznovrsnim sredinama u kojima se kombinuju torbe, nakit, ready-to-wear, jastuci, stoni pribor, kancelarijski materijal...

Univers de l'enfant

Ekolški dizajn u retro šik duhu reciklaže, nameštaj na raskršću svih trendove. Pošto je mašta omiljeno igralište





detinjstva, Univers de l'enfant istražuje snove, blagost i magiju.

HALA 7 scènes d'intérieur

U novoj hali 7, poboljšanoj scenografijom, koju je uradila Paola Navone, ova izložba je pravi centralni događaj, oličena u izvrornoj međunarodnoj dekoraciji.

Osnovni izlagači: Baltus, Baxter, Bernardaud, Cristalleries de Saint Louis, Christofle, Devon&Devon, Etro Home Collection, Interni, Ivano Redaelli, Edition/Massant, JNL, Kenzo, Fendi, Gervasoni, Gilles Nouailhac, Les héritiers, Mathieu Lustrerie, Meridiani, Missoni Home, Moissonnier, Puiforcat, Ralph Lauren Home, Richard Ginori, Roche-Bobois, Society, Visionnaire...

Richard Ginori 1735

Kompanija Richard Ginori ponovo je predstavila svoje proizvode na MAISON&OBJET, poput „The Modigliani creations by Richard Ginori 1735“, Art de la Table, Fil Rouge, Prova Prima i dr.

HALA 8 now! design à vivre

Preispitivanje svakodnevnog života, unošenjem više poezije, lakoće i harmonije, odgovara na pojavu novih navika i načina života. Kreira se precizan i osnovni cilj.



NORMANN COPENHAGEN

now! design à vivre, u srcu MAISON&OBJET “luxury and design” hale, slavi perspektivnu kreativnost vođenu od strane dizajnera i industrijalaca, koji osećaju puls svog vremena.

Dizajneri: Authentics, Covo, Emiliana Martinelli, Normann Copenhagen, Now Carpets, Ovo Editions, Punkt, SCP, When Objects Work.

MAISON&OBJET éditeurs

U prirodnom nastavku scènes d’intérieur, u srcu nove hale 7, svakog januara, MAISON&OBJET éditeurs predstavlja najnovije kolekcije tkanina za tapaciranje nameštaja, ali i boje i tapete. Različitost motiva, vibracija boja, zavodljivost materijala i dodira... svet tkanina za tapaciranje je ogroman izvor inspiracije za dekoraciju.

Ana NEŠIĆ ■

INTERVJU: ALESSANDRO SARTORI

U novembarskom broju Mini STUDIO magazina, predstavili smo dva lofta, blizance, koji su nastali nakon rekonstrukcije stare industrijske zgrade u Milanu. Upravo ova kombinacija složenog i jednostavnog, čini ova dva lofta sofisticiranim, uzvišenim sa minimalističkim pristupom, a samim tim i prijatnim. Prvi loft, "Home Studio A" je u stvari privatni dom i atelje arhitekta Federica Delrossa, dok drugi "Home Studio B", u prostoru postavljenom kao u ogledalu, predstavlja rezidenciju modnog dizajnera i kreativnog direktora ZZegna, sa kojim smo imali priliku da razgovaramo...

ŠTA JE KLJUČ VAŠE USPEŠNE KARIJERE?

Volim svoj posao, jer je to moja strast. Uživam toliko u tome što radim, da smatram da je to najbolje mesto na kom mogu biti i najbolja stvar koju mogu raditi.

KOJI JE LIČNI PEČAT KOJI OSTAVLJATE NA VAŠIM KREACIJAMA?

Eksperimentalna i kreativna umetnička izrada.

GDE PRONALAZITE INSPIRACIJU, ODAKLE CRPITE ENERGIJU?

U spoju prošlosti i budućnosti, volim lepotu budućnosti ne zaboravljajući lepe stvari iz prošlosti.

DA LI PRATITE TRENDOVE?

Ja ih posmatram i onda želim da radim suprotno.

KAKO ZZEGNA MUŠKARAC IZGLEDA IZ VAŠEG UGLA?

To je savremen muškarac koji voli da bude moderan, kreativan, jedinstven i veoma rafiniran.

RECITE NAM NEŠTO O LINIJI ZZEGNA I OBJASNITI KOJA JE RAZLIKA IZMEĐU TE LINIJE I LINIJE ERMENEGILDO ZEGNA?

ZZegna je za modernog savremenog čoveka koji voli modu, Ermenegildo Zegna je za veoma elegantnog gospodina koji voli najbolje u životnom stilu i koji voli najbolje u umetnosti krojenja.

GDE MOŽEMO PRONAĆI ZZEGNA-U U SRBIJI?

Imamo lepu prodavnicu sa našim partnerom Sportina u Beogradu.

BILI STE GOST NA OTVARANJU ZZEGNA PRODAVNICE U SRBIJI... KAKVO JE VAŠE MIŠLJENJE O NAŠOJ ZEMLJI?

Jako mi se dopada vaša istorija, vaša duša i vaša tradicija.

KOJI JE VAŠ POSEBAN KUTAK U VAŠEM DOMU?

Obožavam prostor ispred jedne velike moderne slike. To je moje posebno mesto.



ŠTA MUŠKARAC MORA DA IMA U SVOJOJ GARDEROBI?

Uvek je dobro da ima jedan dobro skrojeni sako izrađen po meri i nekoliko ručno šivenih belih košulja.

VAŠ LIČNI SAVET ZA STIL MUŠKARCA?

Moj jedini savet je da budu svoji.

DA LI IMATE NEKI POSEBAN MOTO?

Biti šik zauvek.

KAKO VIDITE BUDUĆNOST U MODNOJ INDUSTRIJI?

Budućnost modne industrije je evolucija i inovacija u kombinaciji sa tradicijom.

KOJE JE VAŠE OMILJENO VINO?

Moje omiljeno vino je Barbaresco od GAIA.

ŠTA MISLITE O MINI STUDIO MAGAZINU?

Dopada mi se vaš pogled na svet i vaša vizija.

Mina PETIJEVIĆ ■

tanx spr





"KARIM SPACE" U BEOGRADU

Zakoračite u čudesni svet jednog od svetski najpoznatijih industrijskih dizajnera, Karima Rašida, u ekskluzivnoj galeriji "KARIM SPACE" u centru Beograda. U ovom nesvakidašnjem prostoru, doživjećete avangardni, moderni i multimedijalni svet Karima Rašida.

Prodajna galerija "Karim Space", jedinstvena na ovim prostorima, namenjena je svim ljubiteljima savremenog, originalnog dizajna i inovativnih materijala i savremenog koncepta života. Nalazi se na prestižnoj lokaciji, u centru grada i obuhvata 150m². Sam enterijer, koji je takođe dizajnirao Karim Rašid, obiluje futurističkim elementima, kao i celokupno stvaralaštvo ovog vizionarskog umetnika.

Moderan nameštaj, aksesoari za prijatan, veseo i udoban dom i kancelariju savremenog čoveka, među kojima možete da pronađete sofe, fotelje, stolice, stolove, držače za kišobrane, svećnjake, čaše, vaze... čine ovu galeriju posebnom, nesvakidašnjom i pravim raritetom na ovim prostorima.

“Moja je istinska želja da ljudi žive na savremen način, da učestvuju u savremenom svetu, da se oslobode nostalgije, zastarelih rituala, kiča i besmisla. Ako je u prirodi čoveka da živi u prošlosti, onda promeniti svet, znači promeniti ljudsku prirodu” , izjavio je Karim Rašid.

Karim Rašid je već imao priliku da se predstavi domacoj javnosti, kroz dizajn više objekata i industrijskih proizvoda, među kojima je najzapaženiji enterijer “Mozzart Space”. Kao jedan od najplodnijih dizajnera svoje generacije, ima preko 3000 projekata u proizvodnji, više od 300 nagrada

za dizajn, radi u preko 35 zemalja, a njegovi radovi su deo stalnih postavki 20 muzeja širom sveta.

Njegov nagrađivan dizajn, uključuje objekte, kao što su Garbo (korpa za otpatke) i Oh Chair, koje je radio za kompaniju Umbra, enterijeri poput “Morimoto” restorana u Filadelfiji i “Semiramis” hotela u Atini, kao i njegov najnoviji projekat, hotel u Berlinu “Nhow” . Autor je mnogih knjiga, među kojima su “Design your self” i “I want to change the world”. Prošle godine, Rizzoli je izdao monografiju “Karim space”, sa 36 Karimovih enterijera.





KARIM O BEOGRADU

Jednom prilikom je Karim Rašid izjavio za

Mini STUDIO magazin:

“Fasciniran sam Istočnom Evropom. Ja volim Srbiju i imam dom u Beogradu. Istočnu Evropu posmatram kao mesto čije vreme tek dolazi. Svi su uzbuđeni i puni entuzijazma, kada je u pitanju ponovna izgradnja ovih po-

etičnih, sjajnih, romantičnih i umetničkih mesta, koja su godinama bila potisnuta od strane komunističkog režima. Svako koga upoznam u Srbiji je tako pozitivan i inteligentan. Grad raste brzo kao Moskva, Dubrovnik, Prag, Budimpešta, Istanbul itd.”

Mina PETIJEVIĆ ■

ZIMA U BAROKNOM STILU...

„Naš cilj je da kvalitetnim tkaninama koje su radost za oko i divne na dodir, živote ljudi učinimo lepšim.“

Christoph Haussler
generalni direktor kompanije Sahco

1841. braća Sigmund, Gabriel i Herrmann Hesslein osnovali su tekstilno preduzeće S. A. Hesslein u Bambergu, nedaleko od Nirnberga u Nemačkoj. Tokom 160 godina tradicije u tipičnom SAHCO stilu, proizvodi su stvarani u skladu sa tri glavna aspekta: fascinacija, inovacija i kvalitet.

Fascinacija dolazi iz nepogrešivog potpisa, koji zahteva da svaki dizajn, svaki tip tkanja bude nešto posebno. Inovacija za njih znači postavljati nove trendove i biti u pokretu u svakom trenutku, jer brend mora imati sposobnost da se stalno obnavlja. Kvalitet predstavlja tradiciju koju žele da zadrže i u tom smislu su veoma staromodni. Kvalitet je vanvremenski, kao i svaki od njihovih proizvoda: čak i najavangardniji mora trajati, kako bi tokom vremena postao klasik sutrašnjice.

SAHCO
BAROQUE - TITEL





BAROK otvara novu sezonu - sa raskošnim kitnjastim i cvetnim dizajnom. Sukobi i suprotnosti 16. veka bili su inspiracija vizionarskih tekstilnih interpretacija na moderan način.

Ime ove nove SAHCO kolekcije, simbolizuje uobičajenu praksu za ovo razdoblje, a to je mešanje različitih stilova

umetnosti. Karakteristično obeležje baroka je bilo prevazi-
laženje jasnih granica i njihovo pretvaranje u nešto mnogo
sofisticiranije. Pretvaranjem ovih klasičnih elemenata dizaj-
na u današnji moderan svet, SAHCO želi da pokaže razvoj
tekstilnih enterijera. Poreklo ostaje isto - ali se trendovi me-
njaju. Rezultat su najsavremenije tkanine najfinijeg kvaliteta,
iz najboljih tkačnica na svetu.



SAHCO
ALBERICO - PARINI

Viskozni somot ALBERICO, pleni zamršenim žakar-tkanjem, u dezenu talasa. Tkanina ima dodatno „ojačanje“, kako bi bila posebno otporna na habanje.

Sve postaje veoma luksuzno sa raskošnom i impresivnom dekorativnom tkaninom BERNINI. To je tkanje na svilenoj osnovi sa različitim predivima, kao što su vuna, svila i viskoza u potki.

Sa tehničke strane, GALEAZZO je damast tkanje. U ovoj predimenzionisanoj svilenoj traci, dve suprotne boje su odvojene delikatnom granicom, kojim dominira veliki kitnjasti motiv sa dodatnom pamučnom potkom. Ovo je jedinstvena dekorativna tkanina sa predivnim sjajem.

Žakar za PARINI je utkan na veoma delikatnoj osnovi od poliestera u dva tona. Ova polusjajna dekorativna tkanina, sa „moiré“ efektom sa dvostrukim tkanjem, može da se koristi sa obe strane, u zavisnosti od želje kupca.

Vratite se nekoliko vekova unazad i iskusite život u baroknom stilu...

Milica DROBNJAK ■



SPA U VAŠEM DOMU

Hidroterapiju je u domove prvi uneo Roy Jacuzzi (Roj Jakuci), pre više od 40 godina, stvarajući na taj način potpuno nov instrument uživanja, iskustvo koje do tada niko nije pružio. Kada koju je on predstavio, imala je izuzetne mlaznice, postavljene na bočnim stranama, koje su ispuštale mešavinu vode i vazduha, masirajući celo telo. Zahvaljujući Jacuzzi-ju, ona je postala tako rasprostranjena pojava, da je unela pravu revoluciju u način na koji ljudi zamišljaju i doživljavaju vodu.

Početkom 20. veka, sedmorica braće Jacuzzi, emigrirali su iz Italije u Kaliforniju, gde su napravili važne korake u vazduhoplovstvu, izmišljanjem prve zatvorene kabine jednokrilača. Godine 1956. izmislili su pumpu i mali porodični biznis je rođen. Ovaj inovativni duh je nasledio Roy Jacuzzi, treća generacija porodice, koji je izmislio i plasirao prvu samostalnu, u potpunosti integrisanu, hidromasažnu kadu 1968. Ime ovog brenda postalo je sinonim za hidromasažne kade. Pošto je firma Jacuzzi stekla svetsku slavu najpre na američkom tlu, otud je odomaćen izgovor Džakuzi ili Đakuzi, iako je ispravan izgovor Jakuci.





Hidromasažna kada, pretvoriće vaše kupatilo u vaš privatni spa. Kao i mnoge druge stvari koje su nekada bile isuviše skupe, one postaju sve pristupačnije, a koristi koje pružaju su neizmerne. Tokom godina, ponuda je proširena na hidromasažne tuš kabine, kombinovane sisteme, hidromasažne stubove i hidromasažne mini bazene sa pratećom opremom.

Blagotvoran i opuštajući efekat tople vode, poznat je još od davnih vremena. Hidromasažne mlaznice i topla voda

u hladnim danima, uz neki fini koktel ili šampanjac, najbolje su rešenje kada padne mrak, bilo da je reč o romantičnim parovima ili prijateljima na privatnim kućnim zabavama.

Posebno u zimskim danima, topla i blaga masaža, pomoći će vam da se opustite, ugrejete, smanjite stres, oslobodite se bolova i bolje spavate. Temperatura vode u đakuziju se kreće od 35 do 45 stepeni, kontrirajući hladnoći kojoj smo izloženi nekoliko meseci.



LOUNDE INCASSO



Zbog svih navedenih pozitivnih svojstava i uticaja na naše zdravlje, masažni bazeni i kade, poznatiji pod nazivom jacuzzi, wellness ili spa, sve više postaju deo naših domova, kako u enterijeru (u kupatilu ili posebnim prostorijama, neretko uz ili kao deo “kućne teretane”), tako i u eksterijeru (na terasama ili u vrtu). S obzirom da mogu biti i većih dimenzija, može ih istovremeno koristiti cela porodica, a ugrađeni grejači garantuju uživanje tokom cele godine.

Wellness bazeni idealni su za sve kuće i vikendice, jer je njihovo postavljanje i održavanje svakako jeftinije od bazena, a mogu se koristiti i leti i zimi. Danas se u ponudi nalaze wellness bazeni s ugrađenim audio sistemima, aromate-

rapijom i hromoterapijom – što svakako garantuje potpun doživljaj za sva čula.

Hidromasažne kade u domu, osim dobrog društvenog života, pruža terapiju i rekreaciju za svakoga, ali predstavlja i luksuz. Uglavnom se postavlja u kupatila, dok se u luksuznim stanovima ostavlja mogućnost za ugradnju u spavaćim i dnevnim sobama, ali i na terasama.

Ispunite sebi san i napravite svoju spa oazu, gde ćete uživati u sopstvenoj hidromasažnoj kadi. Bilo da je proleće, leto, jesen ili zima, vi ćete moći da se relaksirate u vašem luksuznom jacuzzi-ju.

Milica MANDIĆ ■

BUILDING



FONTANA ARTE

Fontana Arte, sa istorijskog aspekta, predstavlja jednu od najznačajnijih kompanija, kada su u pitanju ekskluzivna rasvetna tela i dekorativni predmeti od stakla. Arhitekta, dizajner i umetnik, Gio Ponti (Do Ponti), osnovao je 1932., kao umetnički odeljak u preduzeću Luigi Fontana, koja je istorijski lider u naprednoj proizvodnji stakla i dizajnu.

Prvi značajniji poslovi fabrike su bili prozori i vitraži u crkvama i katedralama. Korišćenjem stakla, Gio Ponti je shvatio šta ogromni potencijal ovog materijala može da ponudi u izradi dekorativnog nameštaja za enterijere. Sledeći svoju intuiciju, počeo je da konstruiše i proizvodi nameštaj, lampe i predmete sa staklom, kao glavnim elementom. Njegov novi dizajn koncept je korišćen kao dopuna enterijera mnogih kuća, koje je lično dizajnirao. Osam decenija kasnije, oni su i dalje među najekskluzivnijim i najvažnijim kompanijama u svetu. Poznata po saradnji sa poznatim dizajnerima i arhitektama, Fontana Arte je ostala u vrhu industrije stakla i osvetljenja i konstantno evoluira, uključujući i nove kompanije i dizajnere.

Arhitekta i dizajneri koji koriste ovu ekskluzivnu liniju proizvoda, mogu da budu sigurni da se za njihova imena vezuje najviši kvalitet. Fontana Arte je imala mnogo poznatih diza-



jnara, koji su doprineli da kompanija stekne međunarodni ugled i mnogo prestižnih nagrada, kao što su Pietro Chie-sa, Gae Aulenti, Pierluigi Cerri, Piero Castiglioni, Vico Magistretti, Vittorio Gregotti, Ettore Sottsass, Umberto Riva, Alvaro Siza i Renzo Piano.

Poznati dizajn iz 60-ih koji i dalje izgleda neverovatno futuri-stički i u modernom dobu je **Gio Ponti Pirellone**, podna lam-pa za Fontana Arte. Kao velika traka svetlosti, ovaj dizajn iz 1967. ima ram od sjajnog niklovanog mesinga, sa difuzori-ma od presovanog i zakrivljenog stakla, koji stvaraju efekat “duplog svetla”. Takođe možete prigušiti svetlo u skladu sa vašim potrebama, bilo da želite da štedite energiju ili jedno-stavno želite malo suptilniju atmosferu.

Building je podna lampa koju je 2010. dizajnirao Marco Acerbis i sastoji se od dva zakrivljena lista belog stakla, koje na okupu drže dve vidljive vertikalne ploče, završne obrade, sjajne poput ogledala. Lampa poseduje dva flu-orescentna svetlosna izvora sa niskom potrošnjom ener-gije, koji stvaraju mekano i difuzno osvetljenje. U gornjem delu, halogeni izvor svetla sa dimerom, proizvodi indirektnu emisiju svetlosti naviše. Listovi stakla imaju prome-nljivu zakrivljenost i od kružne baze hromiranog metala, na gore imaju konusan oblik, paralelni su i naglašavaju širinu stakla, koje je, zajedno sa svetlom, glavni protagonista ove lampe.

Klasična lampa, koja još uvek osvaja i nakon više od 30 godina od njenog debija je, **Archivio Storico Uovo**, stona lampa za Fontana Arte, dizajnirana 1972. Odlikuje je difuzor od sjajnog, belog duvanog stakla koji počiva na vrhu me-



talnog okvira bele boje. Ova serija lampi emituje elegantan sjaj, savršen za bilo koju sobu, a intenzitet svetlosti se može podešavati preko ugrađenog dimera. Uovo je dostupan u izboru tri veličine.

Generalni distributer za proizvode
Fontana Arte u Srbiji je **MODUS VIVENDI**.
Smiljanićeva 11, Beograd
info@modvivent.com

Mina VUJOVIĆ ■

UŠTEDITE
OD 5 DO 17%
ELEKTRIČNE ENERGIJE

ULTRA
new concept power saver

TIFFANY & CO.

DRAGOCENI ŠARM PLAVE KUTIJE

Postoji nešto čarobno u priči kako je od jednostavne kutije plave boje, diskretno uvezane belom satenskom mašnom, nastao statusni simbol luksuza i dobrog ukusa...

Više od 170 godina ime Tiffany & Co. je sinonim za romantiku, stil, kvalitet i luksuz. U Njujorku 1830.-te bile su vreme dinamičnog rasta, ekstravagantnog ukusa i zlatnih prilika za svakog sa malo kapitala i obiljem mašte. 1837. Njujork je postao polazna tačka za dvadesetpetogodišnjeg Čarlsa Luisa Tifanija i Džona B. Janga, koji su otvorili "stationery and fancy goods" trgovinu, papirnicu i prodavnicu sitnica, sa 1.000 dolara koje su pozajmili od Tifanijevog oca.

Na putu do nove prodavnice na Brodveju br.259, moderne dame u svili, satenu i ukrašenim šeširima, susretale su se sa uskim ulicama, prepunim konjima i kočijama i užurbanim gradskim životom. U Tiffany & Co. su otkrivale novi "američki stil", koji je nastao iz evropske dizajnerske estetike, sa korenima u verskim i ceremonijalnim simbolima i usiljenom bogatstvu viktorijskog doba. Ovi mladi preduzetnici su bili inspirisani svetom prirode, koji su tumačili izuzetnim formama jednostavnosti, sklada i jasnoće. To je postalo obeležje Tiffany dizajna, prvo u izradi srebrnog posuđa i escajga, a kasnije u nakitu. Tiffany postaje priznat na međunarodnoj sceni na svetskoj izložbi u Parizu 1867. godine.

Radionica srebra Tiffany & Co. je bila prva američka škola dizajna i kako je New York Times primetio, "učitelj napretka umetnosti". Učenici su bili ohrabrivani da posmatraju i skiciraju prirodu, kao i da istraže ogromne kolekcije skica i umetničkih dela koje je sastavio Edward C. Moore, šef studija. Do 1870. Tiffany & Co. postaje glavni američki dobavljač nakita i satova, kao i luksuznog stonog, ličnog i pribora za domaćinstvo. Na početku 20. veka kompanija je imala više od hiljadu zaposlenih i filijale u Londonu, Parizu i Ženevi.

1878. Tiffany nabavlja jedan od najvećih i najboljih svetskih žutih dijamanta iz Kimberley rudnika dijamanta u Južnoj Africi. Pod vođstvom eminentnog Tiffany gemologa, Dr. George Frederick Kunz-a, dijamant je od 287.42 karata izbrusjen do 128.54 karata sa 82 fasete, što je ovom kamenu dalo legendarni sjaj.

Tiffany Blue®, odnosno Tiffany plava boja, izabrana je za korišćenje na Tiffany kutijama i kesama, kao i u reklamama i drugom propagandnom materijalu. Tako je mala plava kutija postala ikona savršenstva dizajna Tiffany & Co. i međunarodni simbol stila i prefinjenosti.





1906. „The New York Sun“ je napisao da postoji nešto u njegovom (Charles Lewis) magacinu, što ne možete nikako kupiti od njega, ma koliko novca da ponudite. On to jedino može da vam pokloni. A to je jedna od njegovih kutija. Utvrđena su i pravila kompanije po kojima kutija nikad ne nosi naziv firme, ne može se izneti iz zgrade osim sa nakitom koji su vam prodali i za koji su odgovorni i ta pravila važe skoro 2 veka iz jednog je–dinog razloga – njen sadržaj je nenadmašan po kvalitetu i dizajnu.

Legendarni stil Tiffany dizajna je možda najbolje predstavljen u godišnjoj „Plavoj knjizi“ (Blue Book Collection), kolekcijom najspektakularnijeg i najglamuroznijeg nakita koji Tiffany nudi. Prvobitno objavljena 1845., Tiffany Plava knjiga je prvi katalog te vrste, koji je bio distribuiran u SAD.

Njihov nakit su nosile žene iz najpoznatijih plemićkih porodica, kao i pozorišne i filmske zvezde, bogati i slavni, a aukcijske kuće se prosto otimaju za primerke ovih



drago-cenih kamenčića. Verenički prsten kakvog danas znamo, delo je ove dragul-jarske kuće - jednostavan sa upadljivim dijamantom na vrhu i karakterističnim prelamanjem svetlosti, prsten jedinstvene i neprevaziđene lepote...

Pored svih vrsta nakita, kompanija izrađuje i satove, porcelanske kutije, rokovnike i novčanike u prepoznatljivoj plavoj boji. Tokom protekla dva veka, Tiffany je izgradio

međunarodnu reputaciju kao vrhunska draguljarnica i glavni izvor poklona za najvažnije trenutke u životu. Dragocenost, nenametljivo savršenstvo, šarm, elegancija i luksuz... i sve to stane u malu plavu kutiju. Vama samo preostaje da odvezete mašnu...

ROLEX DEEPSEA

Kao scenografija i inspiracija mnogih mitova i legendi, okeani su od početka vremena podsticali maštu. Oni bude u ljudima neuništivu želju za avanturom, izazovom i velikim dostignućima, i tokom vekova davali su im snagu da u potrazi za novim saznanjima, istražuju dubine. Novi Oyster Perpetual Rolex Deepsea je proizvod prirodne želje čoveka da pomeri granice svojih snova i svojih potencijala.

Vodootporan do ekstremne dubine od 3.900 metara, ova nova generacija ronilačkih satova, potvrđuje supremaciju Rolex-a u majstorstvu pravljenja vodootpornih satova i pokazuje sveprisutnu težnju ka izvrsnosti.

U potpunosti razvijen i proizveden od strane Rolex-a, Rolex Deepsea je potpuno novi sat sa puno važnih tehničkih inovacija. Opremljen je Ringlock sistemom (novo kućište patentirano od strane Rolex-a), koje omogućava satu da se odupre ogromnom pritisku vode na velikim dubinama. To je prvi sat koji ima narukvicu sa sistemom duple ekstenzije, što ga čini lako prilagodljivim za veću udobnost, kada se nosi preko ronilačkog odela. Rolex Deepsea odgovara na najrazličitije zahteve profesionalnih ronilaca u pogledu robusnosti, preciznosti i pouzdanosti. Sa svojim savršenim tehničkim mogućnostima, zauzima prestižno mesto u Oyster porodici. To ilustruje pionirski duh koji je podstakao Rolex da razvijaju, već 1950-ih godina, ronilačke satove kao što su Submariner i Sea-Dweller. Njegovo ime odaje počast modelu Deep Sea specijal, eksperimentalnom prototipu, koji je 1960. zaronjen na dubinu od 10.916 metara u Marijanskom rovu.

Sat razvijen za ekstremne dubine, garantovano vodootporan do 3.900 metara, Rolex Deepsea zahtevao je dizajn kućišta jedinstvene arhitekture - Ringlock sistem. Ova inovacija koju je patentirao Rolex, sastoji se od kombinacije tri osnovna detalja. U sredini kućišta sata, između kristala i pozadine kućišta, smešten je prsten visokih performansi



©ROLEX/DENIS HAYOUN



od nerđajućeg čelika azotne legure, koji izdržava pritisak vode na kristal i pozadinu kućišta. Kako bi uspeo da se odupre pritisku, kristal od sintetičkog safira ima izgled male kupole i znatno je deblji od kristala drugih Oyster modela. Pozadina kućišta je napravljena od legure titanijuma, izuzetno otpornog nerđajućeg materijala. Održava se na mestu uz prsten visokih performansi, pomoću 904L čeličnog prstena.

Helijum ventil je izrađen od nerđajućeg čelika visokih performansi. Njegova veličina je prilagođena dimenzijama kućišta, kako bi se postigla optimalna vodootpornost. Helijum ventil je mera bezbednosti koja tokom faze dekompresije, oslobađa gasove koji se infiltriraju u sat tokom ronjenja.

Triplock krunica za navijanje, opremljena sa tri zaptivača i zašrafljena na kućište, dopunjuje ovaj genijalni vodootporni sistem.

Rolex Deepsea je opremljen jednosmerno rotirajućom koronom, sa 60-stepenim crnim Cerachrom diskom, koji omogućava roniocu precizno praćenje vremena ronjenja. Nula marker na koroni, predstavlja trougao i više je vidljiv noću ili u dubinama okeana, zahvaljujući kapsuli koja sadrži novi luminiscentni materijal, koji emituje plavi sjaj. Da bi se poboljšala čitljivost, zlatni indikatori i indeksi su širi i delimično obloženi istim novim luminescentnim materijalom i emituju plavu boju. Jednom u vodi, pre nego što započne svoje spuštanje, ronilac okreće koronu, kako bi poravnao trougao na njoj sa indikatorom minuta, čime označava vreme početka svog ronjenja. Rolex Deepsea korona se okreće samo u smeru suprotnom od kazaljki na satu, tako da slučajna rotacija može samo da ima efekat skraćivanja vremena ronjenja.

Rolex Deepsea je opremljen kalibrom 3135, takođe ima i Parachrom oprugu sa visokom otpornošću na udare i magnetna polja. Proizvedena od čvrstog 904L čelika, Rolex Deepsea narukvica, može se podesiti za nošenje preko ronilačkog odelca i do 7 mm debljine, zahvaljujući sistemu dvostrukog proširenja, uz pomoć Fliplock veze i nove Glidelock kopče, što omogućava fino podešavanje. Ne može se poreći da Rolex ima određenu mistiku i nedodirljivost, koja ide uz njegovo ime i satove, i sve dok ne postanete vlasnik jednog od njih, teško je razumeti šta je to.



EMPORIO ARMANI | ARMANI JEANS

Kompanija Giorgio Armani je u Milanu zvanično predstavila fotografije iz nove reklamne kampanje za Emporio Armani Underwear i Armani Jeans, u kojima su nova globalna zaštitna lica kolekcija proleće/leto 2011, čuveni svetski teniser Rafael Nadal i slavna glumica Megan Foks.

Ovo je prva kampanja čuvenog španskog tenisera, koji je trenutno reket broj 1 u svetu, dva puta osvajač turnira u Wimbledonu i pet puta osvajač prestižnog turnira na Rolan Garosu. Rafaela Nadala i Megan Foks za ovu kampanju su fotografisala dva renomirana fotografa, Mert Alas i Marcus Piggot.

U prvim fotografijama koje je objavio Emporio Armani za kampanju proleće/leto 2011, Megan pokazuje svu svoju

senzualnost i demonstrira, zašto je jedna od glavnih muza današnjice u Holivudu. Fotografije su snimane u decembru u Palma de Majorci.

Megan Foks se smatra jednom od najlepših žena na svetu i njena reputacija stigla je u svaki kutak sveta sa filmom "Transformers". Zavaljena na kožnom kauču, Megan Foks je prezentovala intimno rublje, a onda je, odevena samo u Armanijeve farmerke, pokazala tetovaže na golim leđima.





Na tetovaži kraj njenog ramena je ispisana rečenica iz Šekspirovog Kralja Lira: "Svi ćemo se smeјati pozlaćenim leptirima". Na drugoj tetovaži, na desnoj strani rebara stoji: "Oni koji su igrali, smatrani su ludim, od onih koji nisu mogli da čuju muziku".

Đorđo Armani objašnjava zašto je izabrao ovu glumicu za svoju kampanju: "Ona je mlada i seksi, ima fantastičan duh

i karakter. Armanijev donji veš i Armani Jeans se uklapaju u taj profil."

Armani je izabrao i Rafaela Nadala za svoju novu kampanju za Armani Jeans i Armani Underwear za proleće/leto 2011. Od februara, on će biti na bilbordima širom sveta. Po prvi put, pojaviće se bez svog reketa i nosiće mnogo manje odeće, radeći kao model.

“Pored toga što je mlad, lep i uspešan, Rafael je i modna ikona u svetu tenisa i sporta uopšte, a posebno za mlade ljude koji slede njegov stil.”, rekao je dizajner Đorđo Armani za italijanski list La Gazzetta dello Sport i dodao: “Nadal je prvi koji je nosio šortseve ispod kolena i uvek je pokazivao svoje mišiće u majicama bez rukava.”

Posle Kristijana Ronalda i Dejvida Bekama, koji su sarađivali sa Armanijem, Rafael Nadal sada postaje nova zvezda brenda i on je već spreman da predstavlja Armani Jeans i Armani Underwear kolekcije za proleće/leto 2011.

Nove fotografije Rafaela Nadala, uz neverovatno seksi fotografije Megan Foks, će se pojaviti na bilbordima širom sveta početkom ovog meseca.

Kolekcije Emporio Armani Underwear i Armani Jeans su u ponudi u Emporio Armani radnji na Terazijama 28 i XYZ Premium Fashion Store-u u Ušće Shopping centru.

Darija JELINČIĆ ■



NOVI CLS

PREFINJENA SPORTSKA LINIJA

Za generaciju ispred, sa CLS-om, Mercedes-Benz je 2003. godine stvorio novu klasu vozila, koja je po prvi put objedinila eleganciju i dinamičnost kupea, sa udobnošću i funkcionalnošću sedana. Kupci su bili oduševljeni, konkurencija zatečena. Tokom niza godina, CLS je ostao jedini kupe sa četvoro vrata u sopstvenoj klasi i, počev od oktobra 2004. izabralo ga je oko 170.000 vozača širom sveta.

Novi CLS nastavlja sa pionirskom ulogom svoga prethodnika, istovremeno se pokazujući kao potpuno nova zvezda na sceni. Ono što odmah pada u oko je inovativan prednji dizajn, koji podseća na model Mercedes-Benz SLS AMG. Vizuelno, rešetka hladnjaka nije integrisana u haubu, nego je posebno formirana. Ovo dodatno naglašava dugačku, sportsku haubu. Rešetkom dominira velika središnja zvezda, koja ističe vezu vozila sa ostalim kupe modelima ovog brenda, što jača njegov identitet.

Tipičan CLS izgled, sa elegantnim dugim proporcijama, je dominantan atribut novog modela. Prednja ivica strukture iznad krila, opada prema zadnjem delu. Ova nova crta dizajna, nazvana padajućom linijom od strane dizajnera, pred-





stavlja novo tumačenje formalnog dizajnerskog elementa, što podseća na jedinstveno bogatstvo oblika prisutno kod istorijskih Mercedesovih sportskih vozila. Izražajna i mišićava ramena linija, kao kod sportskih automobila, iznad zadnje osovine, naglašava atletsku prirodu novog CLS-a. Rašireni lukovi iznad točkova, podsećaju na moćna bedra zveri iz roda mačaka, koja se sprema za skok.

Enterijer modela CLS je vanvremenski i kombinuje jednostavnu eleganciju sa inovativnim detaljima i savršenstvom ručne izrade. Upadljiva crta je obmotavajući efekat kokpita. Visoka linija pruža se od vozačevih vrata, instrument nosača, instrument ploče i preko suvozačevih vrata. Središnji displej je takođe skladno integrisan u gornji deo instrument ploče. Opadajuća linija na vratima nastavlja dinamičnu pa-



dajuću liniju enterijera. Kao onaj koji diktira dizajn, CLS postavlja nove standarde enterijera svojim širokim opsegom opcija. Pet boja enterijera, pet konfiguracija dizajna, kao i tri različita kvaliteta kože, su u ponudi.

CLS živi svoju ulogu kao dizajnerska ikona kroz inovativne završne materijale. Primer ovoga je uzbudljivo preplitanje

satenske završne obrade i metalik površina. CLS ujedno odiše i prefinjenom sportskom prirodom, svojim luksuznim elementima opreme visoke klase, koji se mogu naći na nosaču instrument ploče, središnjoj konzoli i delovima na vratima. Kupci imaju mogućnost izbora između tri ekskluzivne vrste drveta: visoko-sjajnog smeđeg oraha, visoko-sjajnog crnog jasena i svetlosmeđe topole, sa satenskom završ-





nom obradom. Enterijeru je dat čak progresivniji izgled sa dodatkom klavir-laka ili karbonskih AMG elemenata.

Pored serijskog modela, Mercedes je predstavio svoj novi luksuzni, ali i performansama očaravajući, model CLS u AMG varijanti. Manje dizajnerske izmene naglašavaju sportski karakter i agresivnost, koja se krije iza redizajniranog prednjeg branika, maske i poklopca motora. Osim

toga, tu su još i LED dnevna svjetla, 19-inčne felne sa pet krakova i agresivni auspuh sa četiri izduvne cevi. Enterijer je takođe dobio sportski duh, a kupci mogu birati između tri različite vrste materijala. Tu je još sportski trokraki upravljač, aluminijske pedale i AMG sportska sedišta.

Ispod poklopca motora, krije se 5.5 litreni biturbo agregat, sa 518 konjskih snaga i 699 Nm obrtnog momenta,



a snaga se prenosi putem sedmo brzinskog Speedshift MCT menjača. Do stotke, ovaj automobil ubrzava za 4.4 sekunde i postiže maksimalnih elektronski limitiranih 250 kilometara na sat.

Ukoliko vam ni to nije dovoljno, možete naručiti opcionalni AMG Performance paket, koji dodatno podiže snagu na 550 konja i obrtni moment na 799 Nm. S tim paketom,

ubrzanje je neznatno bolje, ali je zato maksimalna brzina pomerena na 299 kilometara na sat.

Vuk PETIJEVIĆ ■





YAMAHA

FXNYTRO M-TX SE 162

Dizajniran od strane neustrašivih brdskih vozača, za zahtevne vozače i sve one željne planinske avanture, FXNytro M-TX je napravljen da bude uvek prvi na cilju i to ekstremno brzo, u odnosu na svoju konkurenciju. Ove sanke vam dozvoljavaju da unapredite i stalno iznova istražujete svoje vozačke sposobnosti.

Opremljene ProMountain® zadnjim vešanjem, u kombinaciji sa 18-to stepenim uglom nagiba skija prema stazi i parom laganih Fox® FLOAT™ amortizera, donose vam sve što je potrebno, kako biste zagazili u duboki planinski снег. Za ozbiljne brdske vozače apsolutno nema zamene i ne postoji ta strmina i uspon, koji neće moći savladati, sa ovim Hi-Tec sankama, najnovije generacije.

Yamaha poznaje taj osećaj - razume strast. Čim krene prvi снег, vi morate da znate da imate mašinu spremnu da pruži sve što je potrebno - vrhunske performanse, udobnost, upravljivost, ekonomičnost i pravu "ključ u ruke" pouzdanost. I to je upravo ono što dobijate od Yamaha motornih sanki.

Gde god da planirate da krenete u avanturu - da vozite uređenim ili grubim i neravnim stazama, da idete kroz rastresit снег ili da se popnete do visokih planinskih vrhova – ova kombinacija motora, šasije i suspenzije, nikada neće izneveriti. Naći ćete savršene motorne sanke, bez obzira kojoj vrsti vozača pripadate.

Genesis® 4-taktni agregat sa tri cilindra sa ubrizgavanjem goriva visoke izlazne snage, dizajniran je po standardima Snocross takmičenja, bez redukcije opreme i sa velikom snagom na malom broju obrtaja. Dok lagani nosač i sistem upravljanja motora u kombinaciji pružaju trenutni odgovor gasa, EBRS (engine braking reduction system) doprinosi “nežnom” kočenju, kada se gas popusti.

Sa dvostrukom viljuškom, široko prednje ogibljenje nudi bolje prijanjanje. Ovo daje FXNytro M-TX bolje upravljanje po neravnom terenu, kao i pri velikim i strmim usponima.

Ogibljenje sa oprugama je stvar prošlosti sa ProMountain® Air zadnjim ogibljenjem - FXNytro M-TX prvi u industriji motornih sanki ima ogibljenje bez opruga. Zadnja gusenica, izrađena u saradnji sa Fox®, kombinuje performanse i malu težinu. Rezultat je osetljivo, podesivo ogibljenje sa snažnim “antibottoming” karakteristikama.

Maverick™ gusenicu su zajednički razvili Yamaha i Camoplast®. Koristi izdržljiv jednoslojan dizajn sa razmakom od 7,62mm, koja omogućava da se više snega sabije između krampona, za čvršće prijanjanje. Kramponi različitog di-





zajna i profila obezbeđuju još veću trakciju, bez obzira na snežne uslove.

ProMountain @Air zadnje ogibljenje koristi Fox® FLOAT™ 2 XV amortizer. Ovaj amortizer ima spoljnu vazдушnu komoru, koja eliminiše potrebu za teškim čeličnim torzionim oprugama. Ovaj vrhunski vazdušni amortizer je rezultat bliske saradnje sa kompanijom Fox®.

Fox® FLOAT™ 2 prednji amortizeri koriste vazдушnu oprugu, koja vraća klip i tako ukida potrebu za teškim čeličnim oprugama. U poređenju sa konvencionalnim oprugama, oni prave značajnu uštedu u težini. Male pumpe za vazduh se isporučuju pri kupovini, što vam omogućava da podesite svaki pojedinačno i podesite prednje ogibljenje u skladu sa vašim željama.

Vuk PETIJEVIĆ ■





ST. MORITZ NA KROVU SVETA

Mondensko švajcarsko skijalište svojom raznolikom ponudom zimskih aktivnosti, ali i luksuzom i ekskluzivom, privlači mnoge turiste i znatiželjnike, ali prvenstveno ljude koji od zimskog odmora očekuju samo najbolje...

Švajcarski St. Moritz je malo mesto smešteno neposredno uz granicu sa Italijom. Još davne 1864. godine, u ovom mestu rodila se ideja o zimskom turizmu, pa se St. Moritz s pravom može nazvati kolevkom skijaškog turizma, kakvog poznajemo danas. Anegdota kaže kako je jedan od prvih hotelijera u tom području, Johannes Badrutt, ponudio opkladu četvorici britanskih letnjih turista: da se vrate zimi i ako im se ne sviđa, Badrutt će pokriti sve troškove. Ali, ako budu zadovoljni, pozvao ih je da budu njegovi gosti, koliko god poželeva. Britanci su tako došli u St. Moritz za Božić 1864. godine, a ostali su čak do Uskrsa. Njih četvorica su bili prvi zimski turisti u Alpima, otkrivši tako sasvim novi i čarobni svet, a St. Moritz je započeo svoju dugu tradiciju hotelijerstva i turizma od kojeg i dan danas živi. St. Moritz je zapravo središte regije Engadin. Regija se sastoji od nekoliko skijališta i obuhvata više od 99 km skijaških staza, tri vrha viša od

3.000 m, 56 gondola i ostalih žičara, s najdužom noćnom stazom u Švajcarskoj i najvišim vrhom u ovom delu Alpa, do kojeg stiže gondola (Corvatsch 3.303 m). Furtschellas, Corvatsch, Corviglia, Marguns i Diavollezza zapravo su odvojena skijališta i, na žalost, nisu povezani, ali postoji javni autobuski prevoz koji je uključen u cenu „ski pass“-a.

Najveće od svih skijališta u Engadin regiji je Corviglia, smeštena neposredno iznad samog St. Moritza. Na oko 80-ak km staza, postoji moderan sistem žičara, koji uključuje dve stajace gondole, jednu sedeću, dva voza, 12 sedešnica i svega 5 vučnih ski liftova. Skoro 90% svih sedešnica su sa 4 ili više mesta, natkrivenog tipa, a neke od njih imaju automatsko podizanje i spuštanje zaštitne pregrade.

Staze su uglavnom crvenog karaktera, uz poneku crnu ili plavu. Ali neka vas ovaj podatak ne zavara, jer ipak je ovo mesto gde su se vozila već četiri Svetska skijaška prvenstva i Svetski kup, pa su i crveno deklarisanе staze, zapravo “tamnocrvene”. Vrlo dobra obeleženost staza, brojni putokazi i numerisane staze, bezbedno navodi skijaše po Corvigli. Put u podnožje se završava dugačkim, blagim, šumovitim stazama, s predivnim pogledom na dolinu.

Švajcarsku preciznost, ali i brigu o skijašima, osim po označavanju staza, moguće je videti i po obeležavanju apsolutno svakog kamena na stazi. Crno-žuti štapovi postavljeni kao znak X, upozoriće vas na potencijalnu opasnost. Staza broj 4 na kojoj se voze trke Svetskog kupa, smeštena je u samoj





sredini skijališta, ispod gornje stanice gondole Signal. Kad je zatvorena zbog trka, skijalište bi bilo odsečeno na dva dela, pa su se zato Švajcarci dosetili i ispod staze prokopali splet tunela.

Osim po luksuznim hotelima, St. Moritz je poznat i po brojnim i raznovrsnim zimskim sportovima, poput pola i kriketa na ledu, curlinga, boba i dr., ali i kao prvo alpsko mesto sa golf terenom. Ovo je takođe i prvo mesto koje je odlučilo da patentira i zaštititi svoje ime i logo.

Punu raskoš ovog mesta možete osetiti u šetnji kroz brojne blještave i skupe prodavnice u gradu, poput Cartiera,

Prade, Rolex a i sl. Ipak, cene nisu “paprene”, koliko je za očekivati.

St. Moritz je nezaboravno iskustvo, planine su prekrasne, a staze odlične i raznolike. Ukoliko ste u prilici, ne propustite jedno od najboljih skijališta na svetu, odnosno, kako sami za sebe kažu, “St. Moritz - Top of the World” (na krovu sveta).

Sonja BOŽOVIĆ ■

BISER PERSIJSKOG ZALIVA DUBAI

Smešten između Evrope i Azije, na južnoj obali Persijskog zaliva, Dubai predstavlja dragulj na kruni Ujedinjenih Arapskih Emirata.

Ujedinjeni Arapski Emirati (UAE) se sastoje od sedam Emirata, a Dubai je najpopularnija destinacija od svih. Poznat kao Biser Persijskog zaliva, on je drugi po veličini, posle Abu Dabi-ja, sa površinom od 4,114 km².

Jedan je od najvažnijih multikulturalnih metropola u svetu, simbol inovacije, grad gde ekspanzija nema granica. Dubai je jedinstven spoj istoka i zapada, drevnog i modernog, grad koji se nalazi između peščanih dina i fascinantnih zlatnih plaža. Strateški smešten u centru sveta, Dubai je postao vodeći poslovni i turistički centar, gde više od 90 svetskih avio-kompanija pruža direktne letove do preko 130 gradova širom sveta, a domaća avio kompanija Emirates pokriva više od 40% svih letova iz Dubajja. Avio kompanija Emirates, osnovana u Dubajju 1985. započela je svoju priču sa dva iznajmljena aviona, da bi dostigla flotu od 137 aviona i još 156 naručenih. Danas, to je jedna od kompanija sa najvećim rastom na svetu, sa oko 20% godišnje. Vlada Dubajja, Njegovo Visočanstvo Šeik Muhamed bin Rašid Al Maktum je premijer i





podpredsednik UAE. On je zaslužan za mnoge velike projekte i razvoj Dubaja, a poznat je po svojoj angažovanosti i pokretanju mnogih humanitarnih akcija.

Na površini materijalistički grad, prevazilazi najluđe snove svakog posetioca, tretirajući ga kao VIP osobu, dok posetilac na isti način odgovara, neumereno trošeći novac. Što i jeste ideja. Dubai je grad, koji je praktično izmislio šoping festival (Dubai Shopping Festival), kako bi ljudi stekli naviku da doputuju ovde i potroše novac. Sa 30-ak tržnih centara i zvanično najvećim tržnim centrom na svetu – Dubai Mall-om, mnoštvom luksuznih hotela, nizom vrhunskih restorana i glamuroznim klubovima i barovima, sve je možda i previše lako.

Ovu metropolu Bliskog istoka masovno opsedaju i posetioци i potencijalni stanovnici, uz garancije da je Dubai, kao

nijedan drugi grad na svetu. Pre nego što odlučite da li ćete ga zavoleti ili ćete se gnušati ovog prkošenja prirodi, morate da znate da ispod površine postoji i drugi Dubai.

Opisan kao grad kontrasta, grad zlata, čudo arhitekture, Dubai nudi fenomenalan otmen i kosmopolitski način života. Za posetioce ima atrakcija u izobilju: sunčane plaže, usluge sa pet zvezdica, legendarni hoteli, bućni tržni centri i svetlucavi neboderi, poznate javne tržnice „souk“, gde možete osetiti prave čari istočnjačkog trgovanja, ali i tradicionalni drveni jedrenjaci „Dhow“ kojima možete obići Dubai zaliv uz večeru, muziku i trbušni ples. Najpoznatija tržnica „Gold souk“ je sva u zlatu, sa velikim izborom nakita tradicionalnog, modernog, konzervativnog i delikatnog dizajna, u raznim bojama zlata, beloј, žutoј, pa čak i roze. Od visoko kvalitetne zabave i maloprodajnih centara do peščanih plaža, tirkizne vode, zabav-



nih parkova i trajnog mira pustinje - sve to možete videti u jednodnevnom razgledanju grada. Sve oči uprte su u Dubai, gde su i najneverovatnije stvari moguće. Veštačka ostrva, izgradnja nove obale, najviši stambeni neboder na svetu, novi sistemi navodnjavanja, najveći tržišni centar na svetu, rotirajući toranj... spisak je beskrajan. Izuzetan neboder, Burj Khalifa, je jedna od tehnološki najnaprednijih građevina i najviša zgrada na svetu. Zatim, tu je hotel sa sedam zvezdica Burj Al Arab, Dubailand sa svojim tematskim parkovima i zabavom u stilu Diznilenda, prvoklasno naselje Dubai Marina... Zaliv Dubai Creek deli grad na dva dela - Deira na severu i Bur Dubai na jugu. Tradicionalni drveni brodić Abra redovno se koristi za prelazak ljudi sa jedne na drugu stranu obale. Dubai poseduje i najveći natkriveni skijaški centar - Ski Dubai, koji se nalazi u Mall of the Emirates, zatim golf i sportski centar Dubai Sports City, koji je deo Dubailand-a.

Stara oblast Bastakiya, koja se nalazi na istočnom delu starog grada Bur Dubai, će vas vratiti nekoliko vekova unazad, u vreme kada nije bilo struje, gde su tradicionalne dvorišne kuće bile rashlađivane vetrenim kulama, kao pretečom klime.

Iako se Dubai transformisao u veštački, tehnološki grad i dalje ima jaku islamsku kulturu sa istorijskim građevinama. Dok će nekima Dubai delovati kao sukob starog i novog, ipak se smatra očaravajućim gradom, koji je uspeo da spoji dve krajnosti - tradicionalnu prošlost i moderno doba. Dubai je grad kontrasta i upravo to i privlači turiste i poslovne ljude. Zasiurno svako može naći nešto što će mu probuditi radoznalost i maštu u ovom kosmopolitskom i užurbanom gradu.

Sandra NOVAK ■



COPPERHILL

HOTEL NA BAKARNOM BRDU

Copperhill Mountain Lodge u Švedskoj, nastao je sa jednom željom - da svojim gostima pruži savršen odmor. Upravo tu, na samom vrhu planine, može se uživati u modernom dizajnu, vrhunskom skijanju i veličanstvenom pogledu na planine.

Arhitektura planinskog dizajn hotela u Areu je moderna, dizajnirana u stilu planinske kolibe, a tvorac ideje je američki arhitekta Peter Bohlin, koji je poznat po projektovanju privatne rezidencije Billa Gates-a i Apple-ovih prestižnih prodavnica. Peter Bohlin ima švedske korene, a Copperhill je njegov prvi projekat u Skandinaviji. Nazivaju ga „romantičnim modernistom“ i jedan je od najnagrađivanijih u svojoj struci.

„Za mene, intuicija je podjednako važna kao intelekt. Bez obzira na to koliko je svaki projekat drugačiji, izazov je uvek isti - uspeti osetiti ono što je jedinstveno i odgovarajuće za svako određeno mesto i razumevanje kako će ljudi da žive ili rade tamo. Onda morate da zadovoljite te potrebe na način koji fascinira, inspiriše i funkcioniše.“

Peter Bohlin





Planinsko mesto Are je vrhunske klase i jedan je od najposećenijih destinacija za odmor u nordijskom regionu. To je jedini ski centar u Švedskoj, sa originalnom alpskom atmosferom. Žičara vozi direktno do vrha planine i može se skijati sve do trga. Staza ima za sve - od naprednog skijanja na zahtevnim stazama do opuštenog skijanja na blagim padinama. Postoji noćni život za svačiji ukus. Svake večeri na jednoj od najvećih bina u planinama, predstavljaju se najbolji švedski umetnici.

Hotel je smešten je na vrhu planine, sa jedinstvenom panoramom i direktnim pristupom najvećem skijalištu severne Evrope. Ima 112 soba i apartmana, spa, konferencijsku salu kapaciteta 450 ljudi, nekoliko restorana i barova, ski prodavnicu i sopstveni heliodrom.

Naziv Copperhill (copper-bakar, hill-brdo) je nastalo iz istorije ovog područja, koje je bilo poznato po rudniku bakra. Bakar je odigrao važnu ulogu u dizajnu enterijera



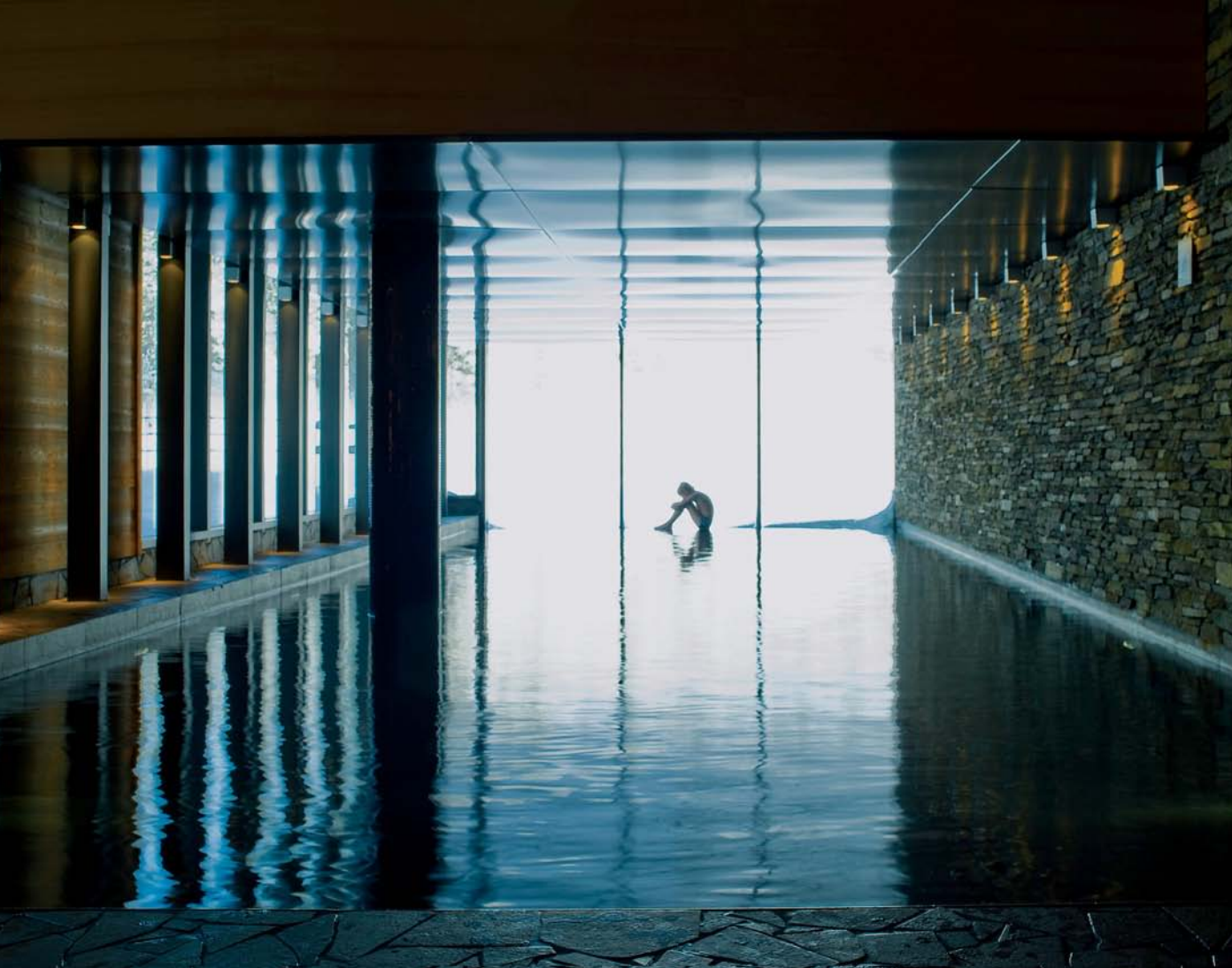


hotela, kao i drugi regionalni prirodni materijali. Hotelske sobe i apartmani dobijaju karakter upravo iz prirodnih materijala, klasika modernog dizajna i istorijskih slika iz Area, a većina ima spektakularan pogled na netaknutu planinsku prirodu.

Dekor u Copperhill Mountain Lodge hotelu je moderna interpretacija klasičnih planinskih koliba. Prirodni materijali

se koriste u velikoj meri, a topli, umirujući tonovi su inspirisani Sami kulturom.

Za enterijer hotela, izabran je širok spektar dobavljača - od italijanskog Smeg-a, do muzeja oblasti Jamtland. Okrugla viseća lampa "Copper Shade", dizajnera Toma Dixona, visi u apartmanima i u kupatilima, a elegantni beli lavaboi su u kontrastu sa tamnim pločicama bakarnog



sjaja. Istorijske slike iz muzeja Jamtlanda na zidovima, odražavaju istoriju iz perioda Area, kao važnog rudarskog centra. 2000 tona škrljica iz Offerdal-a, Jamtland, takođe su lokalne i korišćene su u izgradnji hotela i dekora. Drugi prirodni materijali koji su korišćeni su bor, smrča, oregonski bor, kamen i koža.

Deo gde se nalazi Spa, prožet je uticajima iz kulture Južnih Sami-ja i istorije rudarstva u Areu. Spa tretmani se izvode korišćenjem ulja breze i toplog kamenja, uz nežne zvuke „joik“-a, a izuzev toga ima i zastakljeni zatvoreni bazen, saunu sa panoramskim prozorima i teretanu. Hotelski „Level Spa & Health Club“ je 2009. osvojio Evropsku dizajn hotel

nagradu (Sleeper nagrada), a u februaru 2011. će otvoriti vrata novog većeg spa centra, sa dodatnim novim funkcijama i naglašenijom lokalnom kulturom. Sve u svemu, to će biti ekskluzivni Sami-inspirisan planinski spa, mesto za opuštanje i razmišljanje.

Hotel nudi dva restorana i dva bara:

Restoran Niesti, „à la carte restoran“, sa savremenom evropskom kuhinjom, Coppermine Co Skiers Inn, bar i restoran za skijaše, koji se nalazi pored ski staze u prizemlju hotela i Fireside Lounge & Bar, koji se nalazi u holu, pored kamina visokog 32 metra.

Pronicljivi planinski putnici sada mogu iznajmiti i privatnu vilu, koja se nalazi u vlasništvu norveškog hotelskog magnata, Pettera A. Stordalena. Copperhill Mountain Lodge hotel, iznajmljuje ovu planinsku rezidenciju od 700 kvadratnih metara, koja ima spektakularan enterijer i veličanstven pogled. Njeno ime je jednostavno – Vila.

Copperhill Mountain Lodge je jedan od šest švedskih članova lanca Design Hotels™. Design Hotels™ je međunarodna grupa hotela, gde svaki od njih odražava ideje hotelijera vizionara, „Original“, strast za istinskom gostoljubivošću i autentičnom kulturom, uvek provokativnog dizajna i revolucionarne arhitekture.

Milena KOLARIĆ ■



UŽIVANJE NA ITALIJANSKI NAČIN

Potpuno uživanje i opuštanje u luksuznom ambijentu uz fantastične tretmane je moguće i u centru velikog i užurbanog grada, kao što je Milano. GET FIT CITY CLUB je luksuzni wellness centar, koji se nalazi upravo u srcu Milana, u ulici Via Falkone, 100 metara od trga Duomo.

Centar od 2000 kvadratnih metara izgrađen je na dva nivoa. Suštinsko može biti jedan od znakova raspoznavanja ovog projekta. Čovek, ostavljajući iza sebe haos zbunjujućeg i bučnog grada, gde gubi svoju ličnost, ulazi u zagrljaj toplog prostora, koji ceni svakog pojedinca u potrazi za lepotom i mirom. Imajući ovo u vidu, u ovom prostoru su korišćeni prirodni materijali, kao što su kamen, keramika, drvo, koža i mozaik.

Salon, namerno projektovan kao sofisticirana dnevna soba, je opremljen udobnim sofama, pokrivenim kožom, "Poliform", velikim visećim lusterima "Fontana Arte" i LCD ekranima, sakrivenim iza elegantno lakiranih staklenih ploča. Bar napravljen od palisander ružinog drveta, služi male porcije i zdrava pića, kako biste povratili snagu za napore gradske obaveze.





Skoro sve prostorije za fitness su za jednu osobu, svaki klijent se može savetovati kod ličnog trenera, koji predlaže i pruža pomoć pri vežbanju. Stepenece daju pristup donjem spratu, gde su svlačionice koje su pojedinačne i potpuno privatne. Svaki klijent ima svoj ormarić, tuš, umivaonik i LCD ekran sa touch screen sistemom, da može da odabere željeni program dok se sprema. Na istom spratu, možete osmisliti sopstveni wellness program, između saune,

hidromasaže, talasso terapije, masaže i sobe za opuštanje. Dizajn svake prostorije pažljivo je osmišljen, kako bi pružio odmor od svakodnevnog stresa.

SPA je podeljen na više malih prostorija, a svaka od njih je analizirana i planirana do najsitnijih detalja. Sauna se odlikuje plafonom osvetljenim Swarovski kristalima i nišom od užarenog lava kamena, gde voda pada i stva-





ra se para. Thalasso terapija ima klupe od mozaika sa prijetnim pozadinskim osvetljenjem. Sobe za masažu, takođe pokrivene kamenom, ističu se trakom od tikovine, koja se pruža kontinuirano od poda do plafona. Postoji mogućnost da kreirate različita scenarija svetlosti, da izmenite percepciju prostora u odnosu tretman. Bazen je u potpunosti pokriven keramikom i mozaikom, a ivica je od kaljenog stakla.

Ulaskom u ovaj prostor osećate kao da zaranjate u neku vrstu ogromnog akvarijuma, napunjenog zlatnom vodom... pravo uživanje, na italijanski način...

Marko ANTONIĆ ■





AUREOLE NYC

*„Postoji samo jedan način na koji se može opisati:
klasični Njujork.“*

Restoran Auerole, koji je Charlie Palmer osnovao 1988. na Upper East Side-u u Njujorku, preselio se na svoju uzbudljivu novu lokaciju, u LEED Platinum zgradu (Leadership in Energy & Environmental Design), na adresi One Bryant Park, u proleće 2008. Dugogodišnji Palmerov saradnik Adam D. Tihany, čiji prethodni projekti uključuju Aureole u Las Vegasu i Charlie Palmer u Dalasu, osmislio je najnoviji prostor restorana.

Glavna obeležja dizajna su polu-cilindrični vinski mezanin i dve palete srebrnih i zlatnih tonova u celom prostoru. Bogata tekstura prožima sve oblasti – neformalni Café Bar, privatnu i elegantnu salu restorana - stvarajući intimni ambijent, po kome je Aureole poznat.

Kombinacija Tihanyjevog karakterističnog potpisa dizajna vinskih polica i vrhunske završne obrade, rađene po narudžbini i poznatog Palmerovog progresivnog američkog kulinarskog menija i eklektične vinske ponude, osvajaju sva čula gostiju restorana. Nakon ulaska u primamljivi Café Bar, gosti prvo ugledaju izuzetnu geometriju čelika i stakla vinskog mezanina, koje predstavlja samo srce re-

storana. Funkcionalni vinski mezanin graciozno se proteže preko sale i može sadržati do 4.500 boca, koje su osvetljene sa zadnje strane, dajući staklenoj ogradi jedinstven sjaj. Kameni pod i staklena fasada pružaju Café Baru otvoren i uzvišen osećaj, dok raskošni tekstilni zastori stvaraju osećaj intimnosti.

U elegantnoj trpezariji, plafon od naizmeničnih panela od poliranog hrasta i dezenirane tkanine, služi kao kontrast apstraktnim, kružnim šarama na tepihu ispod.

Privatnu trpezariju karakteriše bogata tekstura i paleta srebrne završne obrade, koji nudi sedenje za 60 ljudi

(150 za stajanje na koktel prijemima), a dostupna je za doručak, ručak ili večeru. U skladu sa osnovnom idejom svetlog prostora, svetlost igra ključnu ulogu u dizajnu privatne sale za ručavanje. Posebno izrađeni svetlarnici sa pozadinskim osvetljenjem, obasjavaju i okružuju prostor, stvaraju topli efekat. Iza ovih elegantnih svetlarnika, zidovi su ritmički obloženi svilenkastim graviranim ogledalima i posrebrnim zidnim oblogama. Uvučeni plafon prečnika 4m i visine 2m, u sredini prostora nosi ručno pravljeni luster od srebrnih akrilnih pločica.

Vredna pažnje je i specijalno izrađena instalacija od crno-belih umetničkih fotografija Brama Tihanyja, postavljena u





celom restoranu. Koristeći inovativne i napredne digitalne i fotografske procese, Tihany je napravio kompjuterizovanu skulpturu u čast Dionisa. Konačni rezultat je niz jedin-svenih slika, koje su savršeno pogodne za restoran.

Vinska ponuda restorana Aureole obuhvata preko 15.000 boca, sa 1.000 različitih vrsta. Aureole ima vinsku kartu koja sadrži retke, ograničene serije vina iz celog sveta, pored klasične selekcije i preko 100 vina. Vinski mezanin sadrži selekciju nagrađivanih vina.

Palmerova progresivna američka kuhinja ima korene u originalnoj Townhouse lokaciji restorana. To je stil kuva-nja, koji je izgrađen na klasičnim francuskim tehnikama, sa fokusom na američke regionalne sastojke. Pod vo-dstvom šefa kuhinje Christophe Bellanca, ovi ukusi i dalje osvajaju.

Nemanja LAKIĆ ■

ALOIS LAGEDER

2009 PINOT GRIGIO

Najplemenitije sorte grožđa uzgajane u najboljem vinogradu, nikada neće proizvesti velika vina bez napora ljudi koji prepoznaju njihov potencijal, koji im pružaju potrebnu brigu i zaštitu i koji su u stanju da ih beru pažljivo i stručno.

U Alois Lageder vinariji, koja je u vlasništvu porodice Lageder već pet generacija, ovaj element ljudske predanosti ima i prošlost i budućnost.

Alois Lageder je sinonim za najviši standard kvaliteta u vinogradarstvu i proizvodnji vina, za održivu, holističku korporativnu filozofiju, kao i za širok spektar kulturnih i umetničkih aktivnosti. Osnovana 1823.godine, a sada vođena Alois-om Lageder-om, koji predstavlja petu generaciju porodičnog vlasništva, ova vinarija kombinuje tradiciju i inovacije. Asortiman njihovih vina je podeljen u dve grupe: Tenutæ Lageder i Alois Lageder.

Vina iz Alois Lageder asortimana proističu iz održive metode proizvodnje. Ona su napravljena delom od grožđa koja se gaje u njihovim biodinamički obrađenim vinogradima i velikim delom od grožđa koje otkupljuju od dugoročno ugovorenih pouzdanih lokalnih uzgajivača. Alois Lageder asortiman odražava dugogodišnje visoke standarde kvaliteta ove kompanije. Svako od ovih vina je napravljeno od jedne od klasičnih sorti grožđa iz Alto Adige regije, a sve one proističu iz održivog, holističkog metoda rada, kako u vinogradima, tako i u podrumima.

Alois Lageder 2009 Pinot Grigio je premijum vino iz italijanske regije Trentino - Alto Adige, napravljeno od grožđa sorte Pinot gris. Ovaj Pinot Grigio ima slamastu sjajno-žutu boju sa odsjajima zelene. Na nosu ima dosta naglašenu i izražajnu aromu, sa cvetnim i donekle začinskim notama. Veoma je meko, ima skoro svilenkasti završni ton, koji dugo ostaje na nepcu. Bogatog je ukusa u ustima, sa dodirima dima u podtonovima i dobrom, svežom završnicom, koja potvrđuje njegov italijanski identitet. Njegova fenomenalna aroma,





kombinuje se savršeno sa predjelima (i od ribe i od mesa), paštetama i "terrines", ribom i morskim plodovima, živinskim mesom, belim mesom i pečurkama. Pinot Grigio je sjajno vino za svaku priliku, jer iako nije slatko, nije ni suvo.

Vinifikacija se vrši u tankovima od nerđajućeg čelika, a potom i sazrevanje na talogu 4 meseca. Potiče iz odabranih vinograda u južnom delu Alto Adige regiona (Magre i Salorno), i najsevernijeg dela Trentino regije (Rovere della Luna), na 230 do 420 m nadmorske visine. Zemljišta su peskovita, šljunkovita i sa visokim sadržajem krečnjaka. Prilično topla mezoklima, sa velikim varijacijama temperatura između dana i noći, idealna je za ovu sortu. Jedan hektar vinograda daje 59 hektolitara Pinot Grigio vina.

Najbolji Pinot Grigio se gaji u severoistočnom delu Italije, visoko gore u Dolomitima, gde je teren divan i dramatičan kao nigde. Alois Lageder, direktor vinarije, oseća jaku vezu sa ovim prelepim okruženjem. Holističko razmišljanje je zbir održive poljoprivredne proizvodnje i poslovne prakse, poštovanja prirode, uvažavanja prirodne sredine i odgovornosti prema budućim generacijama. To je takođe i pitanje posmatranja šire slike, izvan same teme proizvodnje vina.

"Vino je proizvod koji nudi kompleksno iskustvo. Ono spaja mnoge različite oblasti života."

Alois Lageder

Ratomir ŽIVKOVIĆ ■

SLEDEĆI BROJ IZLAZI
1. MARTA.

VIDIMO SE
USKORO!

mini
studio
MAGAZIN