

PRVI ONLINE "HOME, LIFE STYLE MAGAZIN" ■ GODINA III ■ OKTOBAR 2012. ■ BROJ 30

mini studio MAGAZIN

www.ministudio.rs

ISSN 1821-3510



ARHITEKTURA:
"KUĆA U
NJUJORKU"

NAKIT:
"OSCAR DE
LA RENTA"

U POKRETU:
"MERCEDES
GLK"

Life's Good
when it's



GREEN

ECO-FRIENDLY • MANJI TROŠKOVI • UŠTEDA ENERGIJE

Hydro Kit



Hlađenje
hladnom vodom



Snabdevanje
domaćinstva
toplom vodom



Grejanje
toplom
vodom

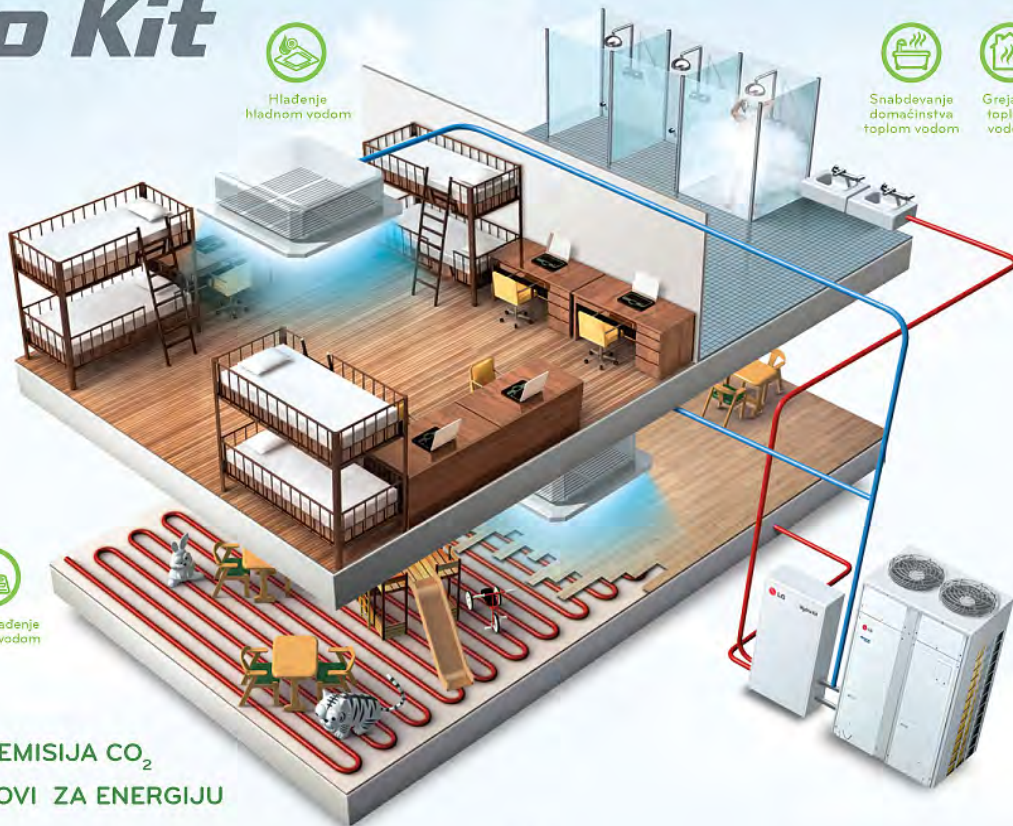


Podno Grejanje
toplom vodom



Podno Hlađenje
hladnom vodom

- ČAK 4.2 COP
- MINIMALIZOVANA EMISIJA CO₂
- SMANJENI TROŠKOVI ZA ENERGIJU
- VEOMA POUZDAN
- MINIMALNI NIVO BUKE



www.lge.rs

SADRŽAJ

HOME STYLE

■ ARHITEKTURA	"Kuća u Njujorku"	04
■ WHAT'S NEW		16
■ ENTERIJER	"Toplina moskovskog apartmana"	20
■ DIZAJN	"Grove futrole"	28
■ INTERVIJU	"Vanja Udovičić"	34
■ DEKOR	"Herend porcelan"	38
■ NEW WAVE	"PARIS DESIGN WEEK"	44
■ VODENA OAZA	"TOUCH, MY 'PERSONAL' UNIT "	50
■ OSVETLJENJE	"Artemide"	56

LIFE STYLE

■ SATOVI I NAKIT	"Oscar de la Renta"	60
	"SEIKO - Ananta 'Kumadori' "	64
■ FASHION	"PAL ZILERI jesen/zima 2012"	66
	"Pufna Wooly"	70
■ U POKRETU	"Mercedes GLK"	74
■ NAUTIKA	"Atlantis 50"	82
■ PUT POD NOGE	"Privatnim džetom oko sveta"	88
■ DIZAJN HOTELI	"Hotel Metropole Monte Carlo"	94
■ SPA & WELLNESS	"BANYAN TREE SPA - Singapur"	100
■ HEDONIZAM UKUSA	"Francuska kuhinja u Londonu"	106
■ CRNO BELI SVET	"Moët Ice Impérial"	112

MINI studio MAGAZIN

- Glavni i odgovorni urednik
Mina Srećo
- Zamenik glavnog urednika
Ana Nešić
- Art urednik
Milica Mandić
- Grafički urednik, dizajn i priprema
Nenad Milanović
- Urednik fotografije
Miloš Nešić
- Prevod, lektura i korektura
Milena Vulović, Sonja Božović
- Saradnici
Vuk Petijević, Milica Drobnjak
Jovanović, Ratimir Živković, Sanja
Petijević, Ana Polić, Darija Jelinčić,
Jova Srećo, Nemanja Lakić, Marko
Antonić, Miloš Mastilović
- Advertising
office@ministudio.rs
- Redakcija
Nušićeva 10, 11000 Beograd, Srbija
+381 33 47 331
www.ministudiomagazin.rs



REČ UREDNICE

Ovu jesen, kao i svake godine, obeležio je Maison&Objet, pariski sajam enterijera i dekoracije i Paris Design Week, događaji koji, nakon letnjeg zatišja, najavljuju plodnu dizajn sezonu. Pored ovoga, u novom broju možete čitati o rekonstrukciji stogodišnje vile u Njujorku, elegantnom stanu u Moskvi, neobičnim i unikatnim futrolama za beležnice i Apple uređaje. Predstavljamo i Pal Zileri kolekciju za muškarce i Pufna Wooly originalni nakit, idilični Spa u Singapuru i ekskluzivni hotel Metropole u Monte Karlu... i još mnogo toga!

KUĆA U NJUJORKU VILA STARA JEDAN VEK...

City Carriage House je vila koja je nastala pre više od jednog veka, a od 1903. godine je doživela brojna renoviranja, od kojeg je svako dodalo svoj stilski uticaj...

Arhitektura: obrian muehleisen arhitektura studio - omas.

Lokacija: Njujork, NY, SAD

Godina: 2008

Projektant konstrukcija: Hage Engineering PC

Dizajner enterijera: Nathan Egan Interiors

Osvetljenje: Richard J Shaver Architectural Lighting

Umetnički konsultant: Barbara Balkin

Fotografija: Kathryn Kalajian Photography





Ova njujorška kuća, koja se prostire na 610 kvadratnih metara, nikada nije bila zamišljena kao jednoporodična kuća. Renoviranje ovog objekta iz 1903. godine, započelo je uređivanjem kuhinje i dnevne sobe na prvom, sa manjim izmenama na drugom i trećem spratu...

Na početku izrade zamišljenog projekta, otkriven je originalni zid od cigle, koji se dugo skrivao iza slojeva gipsanih

zidova. Ovo otkriće je dovelo do moderne reinterpretacije konstrukcije sa početka 20. veka i poslužilo je kao sredstvo da se iznova osmisli zgrada.

Materijali koji upotpunjuju strukturu, korišćeni su da se postojeći prostori prilagode jeziku koji se govori u sadašnjem vremenu i odgovaraju načinu života porodice. Inspirisani činjenicom da su vlasnici strastveni kolekcionari



**Sun
Moon
& Stars**



MEISSEN
MANUFATUR
SEIT 1710

SWAROVSKI

Blumarine
HOME COLLECTION

BERNARDAUD

Christofle
PARIS

cacharel

Rosenthal

WEDGWOOD
ENGLAND 1759

LALIQUE

RIEDEL
THE WINE GLASS COMPANY

VALENTINO
HOME COLLECTION

Villeroy & Boch

HERMÈS
PARIS

WMF

ROBBE & BERKING
STÜBEN

SUN, MOON & STARS

NUSIČEVA 25, TEL. 011.32.20.626

BUL. KRALJA ALEKSANDRA 86-88, TEL. 011.30.20.626

DELTA CITY 67, JURIIJA GAGARINA 16, TEL. 011.31.29.720

KNEZ MIHAJLOVA 25, TEL. 011.26.21.839

WWW.SUNMOON-STAR.COM
OFFICE@SUNMOON-STAR.COM



vina, bačve od belog hrasta su poslužile za kreiranje vrata koja odvajaju dve glavne zone na spratu. Nagoreni čelik je primenjen na ulaznim vratima, visećem stepeništu i na okviru za hrastova vrata, podsećajući na istoriju zgrade, a istovremeno zadržavajući svežinu jezika koji odražava moderne tehnike izrade.

Postojeći otvor u zadnjem zidu je proširen i uokviren čelikom i staklom, kako bi se omogućilo više svetlosti u prostoru koji porodica koristi svakodnevno. Drveni podovi su izbrušeni, premazani belom slojem i mat učvršćivačem. U kuhinji i dnevnoj sobi, novi sjajni grejani betonski podovi su izliveni i polirani. Zidovi su grubi, od belog maltera,



**domis
enterijeri**



PRODAJNI SALONI

BEOGRAD

TC Milenijum
Kneza Mihajlova 21a
011/ 32-85-807

Smederevski put 18d
011/ 347-39-25

SREMSKA MITROVICA

1. novembar 10
Sremska Mitrovica - Lačarak
Telefon: (+381 22) 671 119
Fax: (+381 22) 670 125

Svi cenovnici istaknuti su na

*Svake nedelje
nova akcija na sajtu*

www.domisenterijeri.com
www.domisenterijeri-shop.com

NOVI SAD

Temerinski put 7
021/ 6416-792

dok su plafoni od glatkog i reflektujućeg Venecijanskog maltera.

Gornji spratovi nastavljaju kroz ovu estetiku, ali sa mekšim pristupom. Kupatila su popločana belim Statuario mermerom, a spavaće sobe su u prigušenim tonovima. Teretana se nalazi u staklenoj kutiji u centralnom delu, omogućavajući svetlu da se filtrira iz svetlarnika na dole i prema podu,

šireći prirodno svetlo u okviru gornje viseće galerije i biblioteke u foajeu.

O'Brian Muehleisen Arhitektonski studio osnovan je u Njujorku. Omas posluje kao saradnja Omas41 u Njujorku i Omas44 u Torontu. Oni su zainteresovani za izražavanje prostora, izvedenih iz reakcija na specifične karakteristike svakog zemljišta, konteksta, klijenta i programa, kao i iz di-





TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

LEONARDO DI KAPRIO
I NJEGOVA TAG HEUER CARRERA



OVLAŠĆENI ZASTUPNIK:
PG GRUPA d.o.o.
Đure Daničića 13, 11000 Beograd
TEL +381 65 219 28 14
info@pggrupa.rs
www.pggrupa.rs

PRODAJNA MESTA IDENTICO:

- Knez Mihajlova 28, Beograd, Srbija
Tel: +381 (0)11 263 7969, E-mail: identico-knez@identico.rs
- TC Ušće, 1. sprat, Beograd, Srbija
Tel: +381 (0)11 314 8567, E-mail: identico-usce@identico.rs





rektnog i indirektnog upliva sopstvenih interesa. Ova pažnja manifestuje arhitekturu koja laska i odražava jedinstvenost svakog klijenta, programa i mesta, dok teži savršenstvu u izgrađenim i neizgrađenim delima.

Sa kombinovanim iskustvom u projektovanju, izgradnji i završetku, njihov rad ima za cilj da podstakne uvažavanje zanata i kritički um prema sredstvima, metodama i izradi oblika i prostora...

Mina SREĆO ■

Samsung GALAXY Note 10.1

Note, na m



Ekran od 10.1" inča | P

novi način

SAMSUNG



Precizna S Pen olovka



Biserno bela

Biserno siva

WHAT'S NEW

MAISON & OBJET SAJAM ENTERIJERA I DEKORACIJE U PARIZU

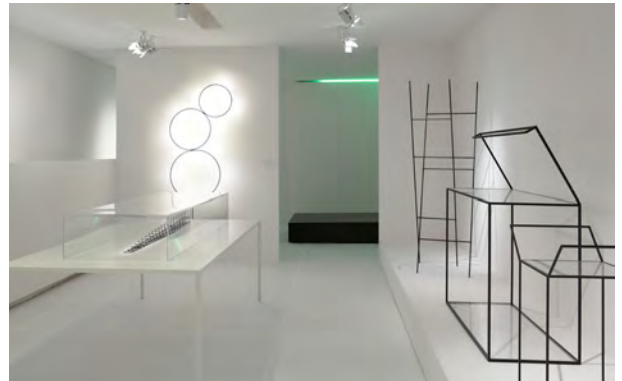
Manifestacija, koju većina dizajnera nestrpljivo iščekuje dva puta godišnje, je nedavno održana u centru mode i dizajna, Parizu...

Maison & Objet, jedan od najvećih sajmova dizajna u svetu je održan tokom septembra u Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte centru, u Parizu.



U proteklih 18 godina, Maison & Objet je zadržao korak sa modnim kućama, predstavljajući sve najnovije modne i kućne trendove u septembru i januaru. U Paris Nord Vi-

llepinte izložbenom centru, sajam je okupio tržišne lidere i nove talente iz međunarodnih kreativnih profesija, koji rade u oblasti dizajna enterijera, dizajna proizvoda, unutrašnje arhitekture, umetnosti življenja i kućne dekoracije.



Septembarsko izdanje, koje predstavlja otvaranje sezone i uvertiru za januarski sajam, održano je od petka 7. do utorka 11. septembra 2012., neposredno pred Paris Design Week, koji je održan od ponedjeljka 10. do nedjelje 16. septembra.

Artemide



NOVOLUX
Više od svetla...

www.novolux.rs

GUSTAV KLIMT U BEOGRADU

Beograd će ove jeseni biti domaćin izložbe slika Gustava Klimta (1862-1918), povodom obeležavanja 150 godina od rođenja ovog čuvenog austrijskog umetnika.

Kontaktirajte biro grada Beča COMPRESS, uz podršku austrijske kompanije nakita FREYWILLE, organizuje u galeriji „Progres“, od 31. oktobra do 13. novembra 2012. godine, izložbu visokokvalitetnih reprodukcija 15 Klimtovih slika.

Posetioци će imati priliku da, osim jedne od najpoznatijih slika „Poljubac“, vide i reprodukcije slika „Higija“ (1907) i

„Prijateljice II“ (1916/7), čiji su originali 1945. godine izgorili u dvorcu Imendorf u Donjoj Austriji.

FREYWILLE se priključio organizaciji izložbe kao kompanija koja iz umetnosti i dela poznatih svetskih slikara crpi inspiraciju za dizajn jedinstvenog umetničkog nakita. Prve slike koje su inspirisale FREYWILLE dizajnere za čuvenu kolekciju Omaž Gustavu Klimtu upravo su portreti „Adele



Bloh-Bauer” i “Emilie Flege”, čije će replike videti posetio-
ci izložbe u Beogradu. Ljubitelji ovog nesvakidašnjeg na-
kita rado nose i komade iz kolekcija Attersee, Hope i Nixe,
koje su takođe rezultat proučavanja simbolike Klimtovih
slika. Ove godine su plavi tonovi slike “Vodene nimfe” po-
služili kao inspiracija za kolekciju Nixe Aqua.







TOPLINA MOSKOVSKOG APARTMANA KUTUZOVSKAYA RIVIERA

Ovaj moderno uređen stan svedenih boja, koji odiše elegancijom, nalazi se u ekskluzivnom rezidencijalnom kompleksu Kutuzovskaya Riviera u Moskvi, glavnom gradu Rusije...

Projekat: Kutuzovskaya Riviera Apartman

Lokacija: Moskva, Rusija

Tip: Enterijer stana

Godina projekta: 2010

Površina: 140 m²

Godina izgradnje: 2012

Dizajner enterijera: Geometrix Design

Dizajneri: Miroshkin Michael, Miroshkina Elen

Tekst: © Courtesy of Geometrix Design

Fotografije: © Zinur Razutdinov

Ovaj apartman je projektovao ruski Geometrix Design, studio za dizajn enterijera sa sedištem u Moskvi. Enterijer je dizajniran za porodicu sa decom, koja je želela urban i topao ambijent. Zbog toga je Geometrix tim koristio tople boje, drvo i kamen, koji čine atmosferu udobnom i opuštenom.

Veliki trpezarijski sto automatski se rasklapa, kako bi stvorio još veći prostor za organizovanje večere. Lake stolice i masivne prijatne svetiljke postavljene u ovoj zoni, su savršeni za harmonična okupljanja velike porodice i njihovih

gostiju. Snežno bela kuhinja u kontrastu sa kamenim zidom od škriljca, u pozadini, služi kao kompozicioni centar, sa širokim pultom koji formira još jednu zonu za zajedničko druženje. Vrata ormara koji su montirani na zid se otvaraju nagore i zbog automatskog tastera za kontrolu, mogu ih koristiti čak i mala deca.

Zidna jedinica u dnevnoj sobi je napravljena prema projektu osmišljenom od strane arhitektonskog studija. Ovaj geometrijska forma delotvorno pokriva noseći stub, služi



GRAZIA

.rs

Easy chic
lifestyle

U FOKUSU MODA LEPOTA
SCENA HOROSKOP
MAGAZIN AKCIJE

kao sistem za skladištenje i stalak za kućni bioskop, prikivajući pokretnu particiju između dnevne sobe i privatnih prostorija.

Dva detalja u jarkim bojama dolaze do izražaja, udobne pokretne fotelje, koje omogućavaju posmatranje prelepe panorame kroz prozor, čitanje knjiga, ili samo sedenje i uživanje u kućnom bioskopu.

Stil spavaće sobe je prilično elegantan. Nežna boja inspiriše i pomaže da se opustite. Krevet kao da teče iz zida koji je ukrašen mekim kožnim panelom. Arhitekta takođe koristi ovaj pristup u projektovanju glavnog kupatila, gde pod od posebno obrađenog drveta glatko prelazi na jedan od zidova, čineći kompaktnu celinu. Ogledalo i svetla su ugrađeni u drvene panele, a ostali zidovi su ukrašeni mozaik pločama.





Soba za decu je jedno od mesta u stanu koje se najviše ističe. Izuzetna zidna jedinica privlači odmah vašu pažnju. Napravljena je prema projektu arhitekata u studiju i služi kao sistem za skladištenje, ormar, i prostor za igru u isto vreme. Sa zatvorenim fiokama i otvorenim okruglim delovima, savršeno je za čuvanje igračaka.

Glavna karakteristika je u centru dečije sobe je stepenište koje vodi na "krov" ormara, prekriven mekim jastu-

cima. Tu možete samo sedeti i čitati knjigu ili napraviti tvrđavu (dečaci koji žive u ovoj sobi, su napravili „oružarnicu i plan za oduzimanje teritorije“). Dete može da se penje na ormar uz pomoć stepeništa i užeta fiksiranog u levom uglu, a krugovi u ovom slučaju služe kao dodatne stepenice.

Jedan od zidova je ukrašen mekim panelima u obliku slagalica prema ideji dizajnera. Ovde su odabrali jednu glavnu





boju koja služi kao akcenat - pozitivna narandžasta u kombinaciji sa 3 nijanse sive. Kada dečaci odrastu, paneli se mogu skinuti da bi enterijer dobio bolju kompoziciju.

Odabrana paleta boja izražava potrebu za jednostavnim životom i toplim domom, u kojem će vlasnici stana uživati sa svojom decom i družiti se sa svojim prijateljima. Svedenost kolorita inspiriše na odmor i opuštanje, što ovaj stan čini utočištem od užurbane moskovske svakodnevice...





GROVE FUTROLE ZA BELEŽNICE I IPHONE

Godinama, osnivači kompanije Grove, Joe Mansfield i Ken Tomita, radili su u svojim odvojenim malim dizajn preduzećima, dok im se u jednom momentu nisu našle radionice jedna preko puta druge...

Joe se bavio personalizovanim laserskim graviranjem, a Ken je izgrađivao nameštaj, dok se slučajno nisu upoznali 2007.godine, kada su se njihove radionice našle jedna preko puta druge. Postali su prijatelji istog trenutka, sa zajedničkom strašću za kvalitetne proizvode i inteligentni dizajn.

„Grove“ je mali tim strastvenih tvoraca, koji menjaju način na koji razmišljate o proizvodima. Oni sve rade sami, od početka do kraja, u Portlandu, Oregon, SAD.

Rezultat je veća inovacija, kompletna odgovornost, direktni međuljudski odnosi i vrhunski kvalitet. Rade sve što je potrebno da bi stvorili „opake“ proizvode, i radeći - ludo se zabavljaju!

Često prave pauze na poslu da odigraju fudbal na ulici i proćaskaju, pokušavajući da zaokruže međusobno nove dizajn ideje. Jednog dana, impuls je okrenuo razgovor u akciju. Plan je bio jednostavan: da se stvori najbolja moguća futrola za iPhone, a sve ostalo će se pobrinuti samo za sebe.

Ne znajući ništa o industrijskim mašinama ili čak kako da pokrenu veći posao, Ken i Joe su uzeli kredite, kupili skupu opremu, prionuli na posao. Od prvog dana, „Grove“ stav je "GO HARD OR GO HOME" – „Radi naporno ili idi kući“.

Posle devet meseci intenzivne borbe da nauče novi biznis i „ubeđivanja“ CNC mašine da radi ono što oni žele, Ken i Joe konačno su lansirali svoju iPhone 3GS futrolu 19. aprila 2010.

Tog istog dana, u slučaju komično loše sreće, pojavila se priča o Apple inženjeru u alkoholisanom stanju koji je izgubio prototip iPhone 4 u baru. Nakon priče o procurelom dizajnu, i iPhone 3GS i Grove futrola su iznenada postali stara vest. Nakon meseci utrošenog napornog rada, Grove umalo nije zauvek nestao i pre nego što je nastao.





„Naši koreni su u promišljenom dizajnu, kvalitetu izrade, i što je najvažnije, ljudima. Mi proizvodimo nivo kvaliteta i usluga koje velike korporacije ne mogu, jer delujemo kao mali porodični biznis, radeći sve sami. Verujemo da je vrednost u stvari u izradi našeg dizajna, a ne maksimizaciji profita, premeštanjem proizvodnje u inostranstvo.“ Ne samo da stvaraju radna mesta i prihode za Grove tim, već je i proizvod bolji, jer lično učestvuju u čitavom procesu.

Jednostavno rečeno, oni su ponosni na ono što rade. Ovaj stav stvara stalnu želju za poboljšanjem, pa tako

oni stalno rafiniraju svoje proizvode i proces. Trude se da stvore zabavno i energično mesto za rad, i veruju da kada su srećni, njihovi proizvodi i usluge će biti dobri, i klijenti će biti srećni, takođe.

iPad futrola ima čvrstu ljusku od bambusa i čvrst poklopac od prirodne kože ili vunene tkanine. Kompletno sa integrisanim magnetima, poklopac i ručno izrađena obloga se spajaju u glatku celinu.

Grove futrola za beležnice je napravljena u Portlandu, u državi Oregon, od premijum prirodno obojene kože.

Kompatibilna sa čuvenim Moleskine brendiranim beležnicama, futrola je napravljena da traje dugo, od sveske do sveske.

Izaberite gravuru iz Grove serije ili napravite sopstvenu! Zaista inspirativan dizajn ovih mladih umetnika!

Ana NEŠIĆ ■





INTERVJU: VANJA UDOVIČIĆ

Jedan od najboljih vaterpolista današnjice i kapiten srpske reprezentacije, Vanja Udovičić, nedavno je postao i ambasador čuvene časovničarske kuće TAG Heuer...

Ovaj mladi i uspešan sportista ponikao je u vaterpolo klubu Partizan, a nakon brojnih odličja sa reprezentacijom, prešao je u Jadran iz Herceg Novog, i dalje u Italiju i Hrvatsku, da bi se nedavno vratio u Srbiju, u VK Radnički iz Kragujevca.

Početkom septembra, gostovao je na manifestaciji 24 SATA ELEGANCIJE, u svojstvu TAG Heuer ambasadora. Ovom događaju je takođe prisustvovala i TAG Heuer ambasadorica Katarina Vučetić, koja je sa Vanjom predstavila čuvenu kuću luksuznih satova.



U intervjuu za naš magazin, Vanja govori o životnim izazovima, planovima, svom stilu i satovima koje nosi u svakoj prilici...

VANJA, KAKO USPEVATE DA UKLOPITE SVE SVOJE OBAVEZE TOKOM DANA?

Koliko imam slobodnog vremena, zavisi od perioda godine. Tokom sezone, klupske i obaveze sa reprezentacijom mi dosta ograničavaju prostor za odmor i provod, a vreme mi je organizovano u skladu sa treninzima i utakmicama. Leto i predah su rezervisani za malo opuštanja i tada nemam

specijalan recept za organizaciju vremena. Trudim se da se isključim i napunim baterije za sledeću sezonu.

KAKO STE ODLUČILI DA POSTANETE

TAG HEUER AMBASADOR?

Veliki sam ljubitelj i kolekcionar satova, i oni su neizostavni deo mog stila. Retko ulazim u ugovore ove vrste, ali sam marku TAG Heuer i njihove modele voleo i pre nego što sam postao njihov ambasador. Smatram ih vrhuncem švaj-

carskog časovničarstva, klasikom i poistovećujem se sa njihovom željom za napretkom i vodećom pozicijom koju oni uspešno drže.

ŠTA JE ONO ŠTO TRAŽITE U SATOVIMA?

Sat oslikava nečiji karakter i stil, posebno kada su muškarci u pitanju, s obzirom da je to često jedini aksesoar koji koriste. U satu prepoznajem sebe i tako se odlučujem za određeni model.



KOJA JE VAŠA DEFINICIJA LUKSUZA?

Luksuz je relativna stvar. Ako pričamo o materijalnim stvarima, recimo da dobar sat smatram luksuzom.

BEZ KOG LUKSUZA NE MOŽETE DA ŽIVITE?

Teško je reći bez čega ne mogu da živim, mislim da ne postoji stvar bez koje ne mogu, a da se povezuje sa luksuzom. Ne mogu bez jutarnje kafe, dragih ljudi i sna.

TAG HEUSER AQUARACER 500M I GRAND CARRERA CALIBRE 36 RS SU SATOVI KOJI SE MOGU VIDETI NA VAŠOJ RUCI. OD ČEGA ZAVISI ZA KOJI STE SE ODLUČILI U ODREĐENOM TRENUTKU?

Zavisi isključivo od odevne kombinacije, koja opet uvek zavisi od prilike i onoga što želite postići i kako se želite prezentovati u datom trenutku.

ŠTA MISLITE O TAG HEUER SATOVIMA KOJE NOSITE?

TAG Heuer satovi koje nosim idealan su spoj sportskog duha i luksuza. Imaju sve što mi treba kod sata, pouzdan i precizan mehanizam, kao i upečatljiv, moderan dizajn.

KAKO BISTE OPISALI VAŠ LIČNI STIL?

DA LI JE TO SPORTSKI, MODERAN ILI VIŠE ELEGANTAN?

Moj stil je kombinacija svega što ste naveli. Stil se menja sa godinama kako se menja i čovek, tako je i moj stil prošao





kroz faze. Rekao bih da je sada prepoznatljiv i svojstven mojoj ličnosti, iako, kao što sam rekao, uvek zavisi od prilike.

ŠTA JE ZA VAS NAJVEĆI IZAZOV U ŽIVOTU I ŠTA ĆE BITI VAŠ SLEDEĆI?

Ne mogu se odlučiti za jedan, imao sam dosta životnih izazova. Odluka da se bavim vaterpolom je bio prvi, a potom svaki sledeći ugovor i promena životne sredine. Velikim izazovom, s kojim sam se uspešno izborio, smatram i završen fakultet, a neizostavni su naravno svi nastupi na takmiče-

niima sa reprezentacijom. Trenutno razmišljam kako mi je sledeći veliki izazov, s obzirom da sam najveći deo ciljeva vezanih za karijeru ostvario, verovatno porodica. Složićete se, svakom čoveku to je najveći životni i izazov i prioritet.

KOJA JE VAŠA ŽIVOTNA FILOZOFIJA?

Opet ne mogu reći da imam jednu. Ne postoji životna filozofija u jednoj rečenici. Moja je usko vezana za trud, rad, uspeh i odricanja koja mi se, verujem, vraćaju dobrim.

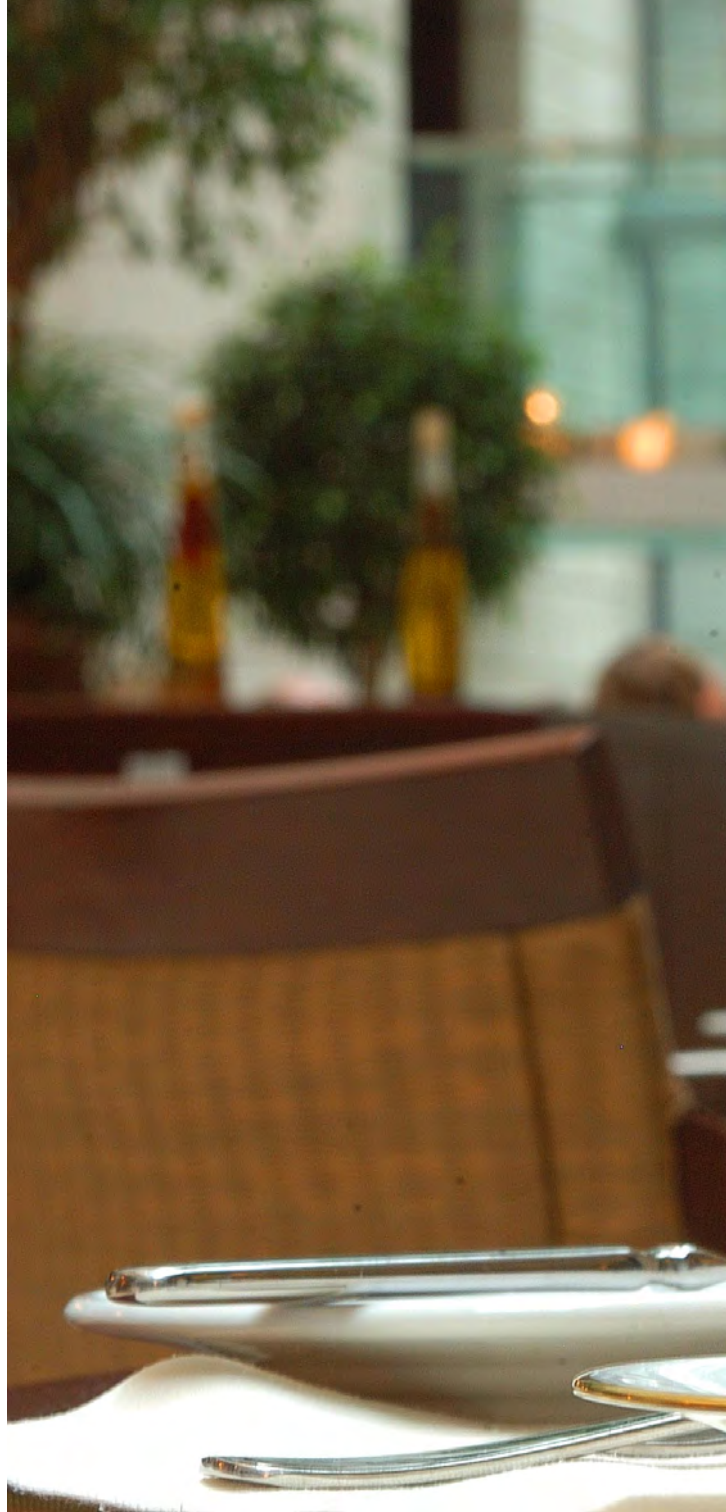
HEREND RUČNO OSLIKANI PORCELAN

"Lepota će spasiti svet" (Dostojevski)

Zamislite mali grad u maloj zemlji. Sam grad nalazi se u blizini Balatona, najvećeg jezera u toj istoj zemlji. Ime ovog grada je Herend. Širom sveta, to je ime povezano sa fabrikom porcelana, koja danas zapošljava oko 1000 ljudi. Herend je mesto gde je lepota rođena i postaje večna vrednost.

Herend manufaktura postoji već skoro 2 veka i prepoznatljiva je po mlečno belom, ručno oslikanom porcelanu. Herend od svog nastanka uspešno zadovoljava zahteve različitih visokih slojeva društva, aristokratskih porodica i poznatih ličnosti.

Najveći deo dekora Herend nosi ime svog prvog značajnog kupca, a neki od tih poznatih naručilaca su kraljica Viktorija, Rothschild, Eszterházy, Apponyi, Ruski Car Nikolaj II, Kralj Milan, Japanski Kralj Akito, Engleski prinčevski par i mnogi drugi.





Herend porcelan ukrašava vitrine i trpeze mnogih ambasada, kompanija, državnika, pobednika Formule 1, golf turnira, jahting takmičenja, ali je najviše omiljen u postavci porodične trpeze. Ukrasi od 24-karatnog zlata, uz sve razigrane boje na porcelanu, još više doprinose sjaju i glamuru ovih jedinstvenih predmeta.

Prva Industrijska izložba u Mađarskoj 1842. je bila odlična prilika za debi pred domaćom publikom. Kossuth je bio mišljenja da bi Herend porcelan, pošto je privukao dosta pažnje, "mogao da zadovolji i zahteve prinčevog stola". Herend

rend proizvodi dobili su prvo svetsko priznanje 1851. na londonskom Svetskom sajmu, kada je, pored zvaničnih nagrada, Kraljica Viktorija takođe naručila kompletan servis, ukrašen stilizovanim kineskim motivom cveta i leptira za Vindzor Palatu. Do današnjeg dana ovaj šablon nosi ime kraljice, i jedan je od najpopularnijih dekora Herend kompanije. Herend je učestvovao na brojnim međunarodnim izložbama sa neverovatnim uspehom, koji je potvrđen čitavim nizom zlatnih medalja i priznanja: 1855, 1867: Pariz, 1853: Njujork, 1873: Beč, 1901: Sankt Petersburg 1904., Sent Luis, Filadelfija, 1935, 1958: Brisel.





Herend je prva fabrika porcelana u svetu koja poseduje sertifikat ISO 9001. 1996. Osvojila je IIASA-SHIBA nagradu u Mađarskoj. Bila je pobednik Prve mađarske nacionalne nagrade za kvalitet u kategoriji velikih preduzeća 1996. Fabrika je osmislila program za dalji razvoj sistema osiguranja kvaliteta još 1994., pod naslovom: Herend put od ISO 9001 ka TQM. Sistem obezbeđenja kvaliteta predstavlja temelj integrisanog regulacionog sistema fabrike, koji podrazumeva jedinstveni spoj kvaliteta, zaštite životne sredine, zdravlja i bezbednosti na radu.

Trenutni izbor oblika i dekora nastao je kao rezultat decenija napornog rada, razvoja proizvoda i truda. 60% ponu-

de fabrike kupcima su servisi od finog porcelana, 25% su ukrasni predmeti, a 15% su figurine. Kupci mogu da biraju Herend porcelan između 16.000 obrazaca i 5000 različitih vrsta dekora. Ogroman izbor proizvoda omogućava ispunjenje zahteva kupaca na najvišem mogućem nivou. Izvan postojećih oblika i dezena, zbog prirode ručne proizvodnje, fabrika takođe prihvata jedinstvene zahteve klijenata.

Herend fabrika porcelana nabavlja sirovine i alate isključivo od dobavljača u inostranstvu. Vrednost Herend porcelana potiče prvenstveno iz živog rada uloženog u proizvod, visokog nivoa veštine radnika, njihove ljubavi prema profesiji, kao i karaktera ručnog oblikovanja i far-





banja. Specijalisti (grnčari, izrađivači kalupa od gipsa i slikari) su obučeni u njihovoj školi koja postoji više od 100 godina, i gde zaposleni mogu da počnu svoje strukovne studije nakon što dobiju diplomu srednje škole. Zahvaljujući radu grnčara i slikara, Herend proizvodi takve proizvode koji do današnjeg dana ostvaruju najveće divljenje potrošača, poznavalaca umetnosti.

Herend porcelan je proizvod koji se može naći u skoro svakoj zemlji na svetu. Sam naziv je sinonim za sjajno vizuelno savršenstvo.

Lepota, često vodi tešku bitku sa vremenom, svojim protivnikom. Ishod te bitke je gubitak lepote. Retko je lepota predodređena za večnost. Herend porcelan je jedan od retkih izuzetaka. On odoleva destruktivnoj sili vremena, uspešno se etablirao kao barjaktar vrednosti koja ne blede, i sposoban je da se zaštiti od raznih stilova koji dolaze i odlaze.

Uživajte u Herend porcelanu, jer će vam pružiti osećaj tradicije i luksuza...

Mina SREĆO ■

10-16
SEPT.
2012

En
des
fo
fash
de
a
Ne

PARIS DESIGN WEEK

PARIS
CAPITALE
DE LA
CREATION

joy
ign
od,
ion,
eco
rt..
ews

JE T'AIM

ŠTA JE NOVO ZA JESENJU SEZONU? PARIS DESIGN WEEK 2012

Posle dugog leta, dizajn se vratio na ulice Pariza sa Pariskom nedeljom dizajna, koja je održana od ponedeljka 10. do nedelje 16. septembra 2012. godine...

Nakon uspešnog lansiranja Paris Design Week-a 2011. godine, manifestacije koja je privukla 60.000 posetilaca, dizajn događaj ove jeseni, organizovan od strane Maison & Objet, je dobio nove prostore i proširen program. Ključni kreativni igrači su došli da pokažu dinamičnost inovacija u Parizu, dok profesionalci iz celog sveta hrle da prisustvuju ovom događaju.

Javnost je pozvana da slobodno istražuje vodeće igrače u dizajnu i da lično prisustvuje izložbi novih proizvoda



najtraženijih brendova, kao i prototipova velikih imena su-trajšnjice...

Vitalnost Pariza, kvalitet njegove profesionalne mreže, njegovo dizajn obrazovanje i njegova iskričava kreativnost i kulturno okruženje, čine ga jedinstvenom međunarodnom fokusnom tačkom za privlačenje globalnih talenata u potrazi za razvojem i mogućnostima inovacije u sektorima dizajna i lifestyle-a.

Sa ciljem spajanja i razvoja sa velikim godišnjim događajem, koji je u istom duhu kao i Maison & Objet sajam, SAFI je pokrenuo PARIS DESIGN WEEK. Inspirisan događajima

održanim u Londonu, Milanu, Tokiju i Moskvi, Pariz je organizovao događaj međunarodnih razmera sa asertivnim identitetom, koji uključuje i trgovinske događaje i one usmerene na širu javnost.

PARIS DESIGN WEEK je i kulturna i privredna, profesionalna i potrošački orijentisana manifestacija. Ona je okupila stotinu događaja, uključujući i Maison & Objet međunarodni sajam, prvorangirane dizajn ekspanate, nove kolekcije, okrugle stolove i debate, instalacije, posete studijima, izuzetnim mestima i svečanostima. Ovi događaji su dali opštoj javnosti priliku da slobodno otkriju aspekte dizajna tamo gde on i nastaje - urednici, dizajneri, galerije, ustanove, hoteli, restorani, i dr.

Bilo da ste u potrazi za znanjem, poslom ili želite da zapo-
slite druge, PARIS DESIGN WEEK ima za cilj da zadovolji
svačija očekivanja.

Pod parolom "Pariz je prestonica stvaranja", nedelja dizajna
je započela kao eho izložbi, tokom poslednjih dana Maison
& Objet sajma, a završila se "Danima nasleđa". To je ideal-
no vreme za predstavljanje inovacije mnogim francuskim i
međunarodnim stručnjacima prisutnim u Parizu - inovacije
koje će ostaviti svoj pečat tokom predstojeće godine. To-
kom ovog perioda, oko 100.000 posetilaca je bilo prisutno
u Parizu, uključujući i oko 3.500 novinara iz celog sveta.

Događaj, koji je otvoren za javnost, je odmah stekao po-
dršku dizajnera i kreatora. Oni su imali pristup izlogu za
predstavljanje svojih najnovijih ideja u jeku jesenje sezone.
Do danas, šezdeset mladih talenata je izabrano da izlaže
svoje projekte. To je ogromna odskočna daska u odnosu na
tržište i sredstvo razmene kreativnosti koja vodi stvaraoce
mlade generacije.

Ukoliko je cilj PARIS DESIGN WEEK-a prvo i pre svega da
predstavi najuzbudljivije stvaralačke vesti u najširem mogu-
ćem smislu, to je takođe i stvaranje mogućnosti i podrža-
vanje vitalnosti onih koji dozvoljavaju da se pojavi inovacija.







Francuski lideri u proizvodnji nameštaja poput Cinna i Ligne Roset, kao i glavni italijanski dizajnerski brendovi, kao što su Cassina, Poltrona Frau, Cappellini i De Padova su naravno bili prisutni.

Pored toga, stručnjaci za dizajn kuhinja i kupatila, uključujući i Warendorf i Devon & Devon, pokazali su svoje najnovije ponude. Takođe, tradicija lepe izrade je bila predstavljena brendovima koji je čuvaju i vode ka budućnosti, poput Baccarat, Bernardaud i Moissonnier ili raznovrsnim radovima Atejea PIERRE BONNEFILLE.

A kreativni duh brendova kao što su Modenature, Luxury Living, Bodum, Stepevi, COR+INTERLÜBKE i HABITAT su dodali dodir luksuza.

Kompletan pregled prikazanih dizajn novosti PARIS DESIGN WEEK-a je poziv da se ponovo otkrije grad, prateći vodeću temu originalnosti, inspiracije i želje... Svet dizajna je zaživeo u Parizu!

Sanja PETIJEVIĆ ■

TOUCH, MY 'PERSONAL' UNIT BY MICHELE MARCON

Kolekcija TOUCH je namenjena onima koji cene inovativni dizajn - autentične materijale, tretirane novim tehnologijama...

TOUCH, predstavlja emocionalnost kupatilskog nameštaja u tumačenju Milldue dizajna, kolekcija koja je bezvremena, ali se i stalno razvija. Restaurirano prirodno drvo i ecomortar kreiraju jedinstvene atmosfere, dok lakirani komadi sumiraju osnovne linije i ističu minimalistički izgled, ne zanemarujući funkcionalnost.

Na predstojećem Cersaie sajmu u Bolonji, dinamična kompanija iz regiona Veneto će predstaviti verziju jedinice od ecomortar materijala i restaurirane srebrne jele iz starih istorijskih zgrada.

TOUCH, dostupan u verziji Monolith u tri širine, može biti samostalna ili zidna jedinica. Jedinica može biti ili dizajni-







rana na slobodno stojećim stubovima ili kao ugradna ili zidna verzija.

To je zaista izvanredan proizvod zahvaljujući mogućnosti kombinovanja Monolith ogledala sa integrisanim svetlom, lavaboima, mešalicama i opremljenim zidovima napravljenim po meri. Obloge, dimenzije i boje su u potpunosti prilagodljive.

Odlična izrada, odabrane sirovine i pažnja na detaljima su karakteristike koje odlikuju svaku fazu proizvodnje Touch-a. Svest ukupnog kvaliteta, ne samo u pogledu pripreme i dizajna proizvoda, ali i razvoj i briga za sve tehničke detalje, vidljiva je na prvi pogled. Touch Milldue nudi jedinicu sa visoko prilagođenim karakteristikama, koje im omogućava da prilagode svaki proizvod potrebama različitih klijenata sa beskrajnim opcijama prilagođavanja.

Studije o TOUCH kolekciji generisale su ekskluzivan i savršeno integrisani sistem slavina i armatura sa čistim estetskim linijama. TOUCH H2O je jednoručni mikser, napravljen od hromiranog mesinga sa regulatorom protoka vode. Zajedno sa elektronskim dispenzerom sapuna, savršeno se ugrađuje u lavabo, kako bi obezbedio maksimalnu funkcionalnost.

Ecomortar je jedinjenje koje sadrži vodu i 100% prirodne materijale. On diše, otporan je na vatru, može se reciklirati i potpuno je bez cementa, kreča, gipsa, epoksidne smole i štetnih materija. U potpunosti se nanosi ručno u nekoliko slojeva za održavanje autentičnosti prirodnog efekta.

Restaurirana srebrna jela je spašena iz restauracijskih radova na istorijskim zgradama. Čvrsto drvo je obrađeno da bi se uklonile sve grube ivice, kako bi se postigao efekat mekog na dodir. U "Crna jela" verziji, drvo je prošlo preko otvorenog plamena da se dobije "spaljen" efekat. Konačno, transparentni zaštitni lak daje čvrstoću i nepropustljivost drvetu.

Hikori drvo koje koriste je čvrsto i debelo, termički tretirano od strane majstora da ojačaju materijal i daju mu poseban trodimenzionalni efekat. Pažljiv izbor sirovina, 30-40% od čega je reciklirano, namerno daje prioritet varijaciji prirodnih nijansi i čvorova u drvetu.







Michael Marcon, rođen 1970., pohađao je specijalizovane kurseve industrijskog i dizajna enterijera. Upoznavši dizajnera po imenu Lino Codato, sa kojim je proslavio dvadeset godina partnerstva, proširio je svoje znanje u svim oblastima nameštaja i uređenja enterijera. 2008. je počeo svoj posao i rad sa italijanskim i međunarodnim kompanijama u sektoru opremanja, razvijajući ideje sa sve inovativnijim dizajnom.

Milica MANDIĆ ■





ARTEMIDE

NOVI BREND

U PONUDI

NOVO LUX-A

Osnovan 1960.godine, Artemide je jedan od najpoznatijih brendova osvetljenja u svetu. Poznat po svojoj "The Human Light" filozofiji, Artemide je danas sinonim za dizajn, inovaciju i "Made in Italy"...

Artemide je doprineo istoriji međunarodnog dizajna sa proizvodima kao što su Eclisse (1967.godine, Vico Magistretti), Tolomeo (1989.godine, Michele De Lucchi i Giancarlo Piretti) i Pipe (2004.godine, Herzog & de Meuron), kao i mnogi drugi, što je rezultiralo sa Compasso D'Oro nagradama. U 1994. godini i 1997. godini Artemide je dobio "Compasso d'Oro career Award and European design Prize".

U kompaniji Artemide, modeli se dizajniraju i projektuju na višem nivou i kao takvi predstavljaju ikone savremenog dizajna. Oni su izloženi u većini muzeja savremene umetnosti i dizajniranih kolekcija, kao što su MoMA - Njujork, Metropolitan Museum of Art - Njujork, Victoria and Albert Museum - London, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia - Milano, Galleria Nazionale d'Arte Moderna - Rim, Pariz - Centre Georges Pompidou...

Artemide je uvek sarađivao sa najpoznatijim međunarodnim dizajnerima i aktivno promoviše dizajn radionice i škole, kako bi pronašli najbolje mlade talente.

Artemide proizvodi su mnogo više od visoko rafiniranih dizajnerskih predmeta, obezbeđujući vrhunske tehničke

performance - to su predmeti rođeni iz iskustva čoveka da zadovolji svoje potrebe i život učini lakšim i lepšim.

"The Human Light" filozofija podrazumeva postavljanje Artemide brenda u službu čoveka i reagovanje na potrebe za fleksibilnošću i prilagodljivost sa najvećim vizuelnim



užitkom, a istovremeno i minimalnom potrošnjom resursa životne sredine, koja je ovoj kompaniji uvek bitan faktor pri projektovanju i dizajniranju novih proizvoda.

Proizvode firme Artemide možete pogledati u Novo Lux-ovim salonima. Nedavno je Novo Lux postao diler ovog velikog svetskog brenda za Srbiju. Ovim potezom Novo Lux nastavlja tradiciju da svoju ponudu proširi novim proizvodima koje odlikuje kvalitet, dobar dizajn i korišćenje novih ekoloških tehnologija.

Prodajni saloni se nalaze u Grčića Milenka 83 i Bul. Kralja Aleksandra 203. Za više informacija posetite:

www.novolux.rs

Tekst i fotografije: NOVO LUX ■



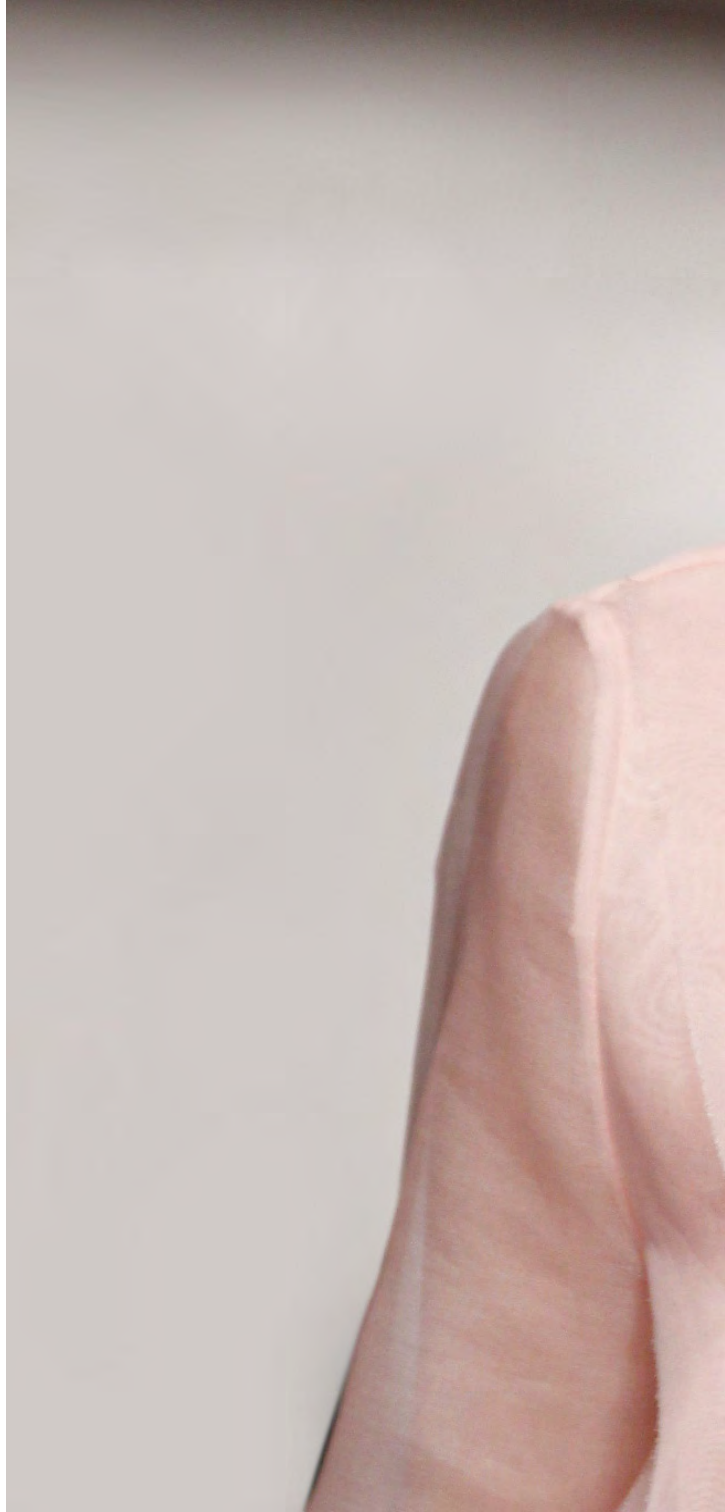
OSCAR DE LA RENTA VINTAGE NAKIT

Kolekcija, koja čak i najjednostavniju odevenu kombinaciju može podići na viši nivo, definitivno podiže standarde u svetu « haute couture » nakita...

Luksuzna kolekcija nakita, koja prati zimsku 2012 liniju Oskara de la Rente, je sve sem uobičajene. Upadljive ogrlice, minđuše i narukvice savršeno upotpunjuju dizajnerovu liniju garderobe i daju sofisticiranim komadima dodatni sjaj i raskoš.

Nakit živih boja daje ovoj seriji vintage notu, sa pojedinim komadima toliko upadljivim da se graniče sa kostimiranim nakitom. Vidljivo inspirisan viktorijanskom erom, neverovatne boje, kamenje i forma ovih komada je prosto hipnotišuća. Iako kolekcija definitivno nije namenjena ženama koje preferiraju minimalistički nakit, detalji i delikatnost ovih komada će sigurno osvojiti pažnju svake dame.

Dok u ostalim jesenjim i zimskim kolekcijama tradicionalno dominiraju tamni i neutralni tonovi, Oscar de la Renta sa mnogo ukusa radi suprotno. Krupne narukvice od kože i zlata, velike upletene ogrlice i prstenje ukrašeno crvenim, smagardnim i akvamarin kamenjem, daju kolorističan efekat celokupnoj Oskarovoj kolekciji.





Mnogi komadi, poput dijamantske ukrašene ogrlice sa cvetovima, izgledaju kao da dolaze pravo iz monarhije šesnaestog veka. Detalji na ogrlici nose klasični pečat de la Rente, od gravure i oblika listića, do velikih dijamantata i suza, tako da komadi prosto izgledaju kao dostojni kraljice.



Šarenolikost i živost boja ove linije najbolje se ogleda u šarenim visećim mindušama. Svaki kamen je druge boje, veličine i leži na podlozi od unikatnog zlata. Nijanse kamenja daju ovoj liniji vintage glamur i prave razliku između ove i drugih haute couture kolekcija.



Koža korišćena u izradi narukvica poput ove može biti previše za žene koje vole minimalizam, ali sjajna pločica i reptilska koža nose pečat kreatora i savršeno se uklapaju u temu kolekcije.

Veliko kamenje koje je korišćeno u izradi ove kolekcije savršeno se uklapa sa finim zlatom koje je podloga većini komada. Delikatni ukrasi koji okružuju kamen ovog prstena pažljivo su odabrani da ne skreću pažnju sa kamena, ali ipak daju ovom komadu određenu dozu sjaja.



SEIKO - ANANTA 'KUMADORI' CHRONOGRAPH UMETNOST U OKVIRU UMETNOSTI

Od svog prvog lansiranja 2009. godine, japanska inspiracija Ananta dizajna je osvojila maštu ljubitelja satova širom sveta...

Svojim profilom u obliku mača Katana i super glatkim Zaratsu poliranjem, Ananta je isklesala izrazito japansku poziciju na tržištu luksuznih satova.

Od skromnih početaka u 17. veku u Kjotu, Kabuki pozorište postalo je jedan od najupečatljivijih i najpopularnijih aspekata kulture Japana. Sa svojim visoko stilizovanim scenografijama i kostimima, svojim ritualizovanim plesom i deklarativnim stilom glume, današnji Kabuki seže u drevne tradicije Japana.

'Kumadori' je umetnost u okviru umetnosti. Svi akteri na Kabuki sceni nose razvijenu formu šminke koja naglašava njihove emocije, sa dramatično preuveličanim linijama i živopisnim bojama. To je umetnost "Kumadori" koja je inspirisala novi Seiko Ananta hronograf.

Ovaj izuzetan sat objedinjuje nekoliko različitih aspekata bogatog nasleđa u Japanu. Sam sat je mehanički hronograf. Koristi proslavljeni Seiko 8R28 kalibar koji





ima, naravno, i točak i sistem vertikalnih spojnica za precizni rad hronografa i sadrži Seiko jedinstveni trokraki čekić kojim se obezbeđuje savršena sinhronizacija indikatora u fly-back komplikaciji.

Jedinstvenost ovog hronografa leži u lakiranom brojčaniku. Brojčanik je obojen ručkom, čisto crnim lakom, od strane Isshu Tamura, čuvenog i stručnog lak umetnika. Tamura je majstor Kaga Makie stila i boji brojčanike u svom ateljeu u gradu Kanazawa na zapadnim obalama Japana.

Kada je crni brojčanik obojen, crveni unutrašnji prsten se iscrtava, takođe lakom. Efekat je zadivljujuć – crna boja laka na brojčaniku je duboka kao noćno nebo, što čini da se crveni detalji ističu u oštrom kontrastu. Prizor koji je dramatičan, kao i sam Kumadori. Ovaj neobičan i veoma kolekcionarski komad se nudi u ograničenom tiražu od 800 komada, svaki sa svojim pojedinačnim serijskim brojem utisnutim na poleđini kućišta.

KALIBAR 8R28

Kućište: Nerđajući čelik sa crnim tvrdim premazom

Prozirna pozadina kućišta sa safirnim staklom

42,8 mm u prečniku

Narukvica: Čvrsta, od nerđajućeg čelika sa crnim tvrdim premazom

Kopčica: Od nerđajućeg čelika sa trostrukom kopčom sa dugmetom za otpuštanje

Vodootporan: 10 bara

Magnetni otpor: 4.800 A/m

Ograničena serija od 800 komada

Orijentaciona preporučena maloprodajna cena u Evropi: **4,000 EUR**

Vuk PETIJEVIĆ ■

PAL ZILERI

KOLEKCIJA

JESEN/ZIMA

2012-2013

Raznovernost materijala, transformacija, boja,
predstavljaju srž inspiracije ovosezonske kolekcije
Lab...

Aktuelna je široka sloboda modnog izraza, raznovernost kombinacija boja, uz poseban naglasak na impulsivne - svetloplavu, oker i tamno narandžastu. Upravo ovo je osnova novog "swap" (razmenljivost/transformacija) koncepta, tkanine i boje koje se transformišu na način da se uklapaju u svaku situaciju i raspoloženje.

Duh kolekcije Lab jesen-zima 2012-2013 prožimaju tri teme:

PRLJAVO CRNA

Dominantna je nijansirana crna boja, u kombinaciji sa različitim, ali i uvek elegantnim stilovima. Golubije siva boja u trikotaži i snežno bele košulje osvežavaju paletu boja ove teme.





ZAPOSLENI MUŠKARCI

Imidž modernog metropolite naglašen je bojama, kao što su plava i antracit, u kombinaciji sa žutom, narandžastom i svetlo plavom. Ova inovacija se najbolje oslikava na odeći sa formalnim bojama, koja se „transformiše“ primenom postave u boji na sakoe.

Odela dobijaju aspekt šire nosivosti uz kožne rukave ili kožne našivene aplikacije, uz pažljiv izbor tkanina koje jasno prate siluetu muškog tela. Sakoi i kaputi su postavljeni lagano, a toplo, dok je jakna sašivena od brušenih melanž-sivih materijala.

RAZMENJIVOST/TRANSFORMACIJA (“swap”) je glavna osobina sportske odeće - uz različite tkanine od kojih su sačinjene lagane jakne sa dva lica sa laganom postavom. Tkanine od ovčije kože se mogu naći u nekoliko modela, od mornarskog kaputa do kratke pilotske jakne, obojene prirodnim i veštačkim bojama.

Teksas potvrđuje svoju istorijsku nadmoćnost “kurabo” tkanine i kreira se uz jedinstvene procese i prilagođavanja. Brušenje je izbačeno i koristi se izbeljivanje da bi se dobile nijanse sive i crne.





Moderniji krojevi sada daju dodatni volumen u nogavici, a samim tim i novi i uglađen imidž koji se uklapa uz ostatak kolekcije. Isti krojevi se takođe primenjuju na klasične pantalone, uz nove materijale kao što su izbeljeni flanel, tretiran solju ili sprejem, sa ručno izrađenim efektima koji čine tkaninu posebnom.

Moderna trikotaža sadrži dva lica, uz farban kašmir/svilu, sa površinama sačinjenim od farbane melanž vune i vuna/alpaka uz originalne intarzija šare. Košulje su uske, sadrže streč materijale ili kvalitetni žakar, uz raznovrsne printove i

modele sa improvizovanim uvećanjima radi dobijanja neobičnih oblika na ovoj tkanini.

Kolekciju dopunjuje aksesoar, poput providnih ešarpi sa velikom mustrom, prisutnim i na kravatama. Materijali i šare u boji daju posebni akcenat kaiševima, dok su patike u boji sačinjene od različitih tehnoloških i prirodnih materijala.

Milica DROBNJAK JOVANOVIĆ ■



you was gave

ПУЧОК



PUFNA WOOLY BY JELENA LUČIĆ

Romantično i urbano u isto vreme, detinjasto i ženstveno, nežno i pufnasto, toplo i mekano – to su sve asocijacije na ove divne "Pufna Wooly" komade nakita, mlade dizajnerke Jelene Lučić...

Ako ste mislili da se nakit izrađuje isključivo od dragog i poludragog kamenja, plemenitih metala i sličnih ekskluzivnih materijala, pogledajte fotografije i razmislite još jednom...

Inspiracija koju mladi dizajneri pronalaze u svetu oko sebe je neiscrpna i ponekad iznenađujuća i od najjednostavnijih i svakodnevnih predmeta su u stanju da naprave nešto neobično i simpatično, a pre svega lepo i nosivo...

Jelena Lučić rođena je u Pljevljima, ali nosi u sebi po malo od svakog mesta u kom je bila. Ne veruje u granice (naročito teritorijalne) i postavlja visoke ciljeve.

Put ka umetnosti je utabala tokom boravka u Americi, kada je počela da se bavi fotografijom, koja je postala samo uver-

tira za ostatak njenog umetničkog izraza. Svaki od svojih radova smatra autoportretom, jer svakim otkriva deo sebe. Student je četvrte godine grafičkog dizajna, na FILUM-u, u Kragujevcu.

Linija nakita “Pufna Wooly” je jedna od Jeleninih kreacija i izraz njene estetike. Fizički oblik poprima januara 2012. godine, ali ideja o ovom projektu datira iz ranijih dana.

“Pufna Wooly” kolekcija inspirisana je prvenstveno zimom i mekoćom toplih kićanki koje asociraju na detinjstvo, a onda i najsavršenijim oblikom u prirodi - sferom. Neizostavan element su i jarke boje, koje privlače pažnju i biraju vlasnice sa samopouzdanjem.

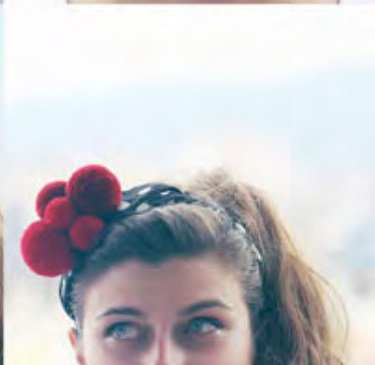
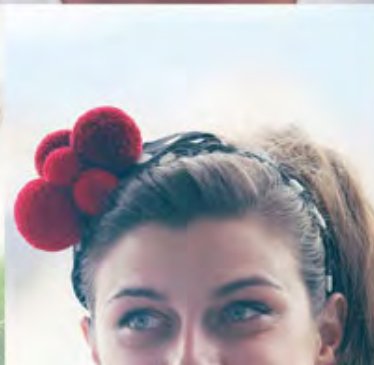
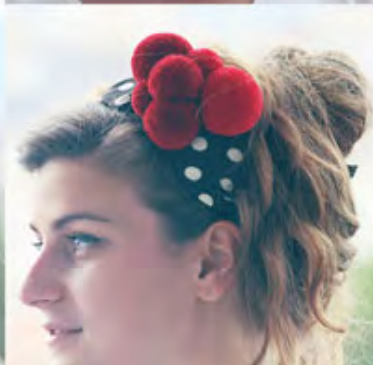
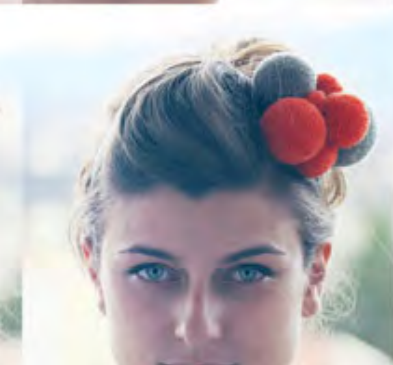
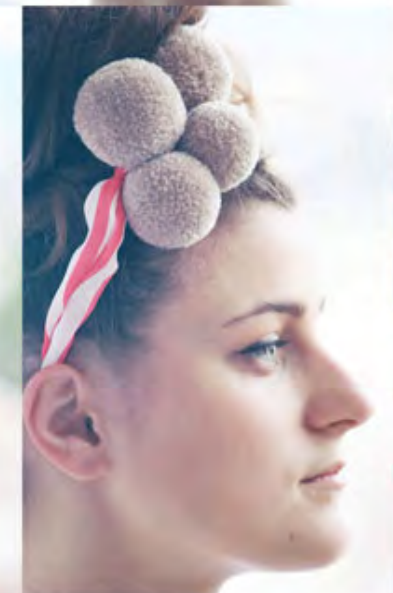
Ovi unikatni komadi će vam pružiti priliku da se podsetite na detinjstvo, da unesete radost u sive i hladne zimske dane, bez rizika da ćete izgledati infantilno ili neukusno. Jelenine kreacije su elegantne i razigrane u isto vreme, podećaju na radost života, lepotu žene, čistotu detinjstva, snežno bele zimske dane...

Dosadašnje (dve) kolekcije sadrže ogrlice i rajfove, a u nastajanju je i treća kolekcija, u susret zimi 2013. koja će u ponudi imati i prstenje. Pufna evoluirala, menja se, te je svaki komad unikatna.

Proizvod je kompletan, sa autentičnom ambalažom, i pratećim grafičkim komponentama.

Sve modele možete pogledati na fb.com/pufna.wooly





MERCEDES

GLK

MASIVAN I BEZBEDAN

Mercedes-Benz GLK je prvi put krenuo u prodaju početkom 2009. godine, kao model za 2010. godinu, što znači da Mercedes-ov najmanji SUV upravo slavi svoj treći rođendan. Povodom toga Mercedes je ove godine predstavio osveženu verziju svog modela GLK, koji ima po malo nezahvalan zadatak, kao i njegov prethodnik...

Sada kada su SUV vozila postala veoma važan deo automobilske svete i ljudi znaju šta žele kada kupuju ovakav automobil, GLK ima tešku misiju, treba da dokaže da ima ono što je potrebno da biste ga vozili ujutru, uveče, vikendom, ali i da bude sposoban za porodična putovanja. Mi mislimo da je Mercedes GLK i više nego sposoban za ovako nešto i to bolje neko ikad.

Mi smo samo nekoliko nedelja nakon zvaničnog dolaska modela GLK u Srbiju imali priliku da ga testiramo, i to model GLK 220 CDI 4MOTION. Nova GLK klasa je Mercedes do poslednjeg šrafa, veoma je konzervativnog dizajna, ali to ne znači da nije privlačan, već upravo suprotno.





Jednog dana, vaš sin, koji je sada već dovoljno odrastao da postavlja pitanja koja uspeju da zbune, pojaviće se u dnevnoj sobi i pitaće vas: "Tata, tata, šta je mali SUV, kako to izgleda?". Vi ćete morati naći neko objašnjenje, a da nije smešno. Pa, pokušajte da ne koristite novi GLK kao primer, jer vozilo izgleda mnogo robustnije i ozbiljnije nego mali SUV, a nudi sportski izgled koji niko ne očekuje od Mercedesovog SUV-a. Naravno, svemu tome doprinose stajling detalji, koji obuhvataju ne samo seksi donju liniju tela, već i set prelepih, atraktivnih 19-inčnih aluminijumskih felni.

Linije automobila deluju na vas na takav način da vam automobil odaje utisak kretanja i kada miruje, a njegova veličina i izgled vas odmah asociraju na sportsku mašinu koja samo vas čeka. Iznenadjujuće, iz bilo kog ugla kad pogledate automobil on izgleda prelepo, a hromirani detalji odaju utisak luksuza i stavljaju do znanja da ovaj automobil pripada premijum klasi. Velikodušne staklene površine pružice vam sigurnost i dace vam utisak prostranosti i raskošnosti, kao i dobro osvetljene unutrašnjosti.





Najvažnija nova kreacija kod modela GLK, jeste oblik farova, koji se sada prostiru do maske hladnjaka, a Mercedesova LED konstrukcija takođe nudi snažan vizuelni utisak. Agresivni prednji deo ima svoj identitet i pomaže da vozilo izgleda jedinstveno.

Nemački SUV se ponosi svojim najvrednijim resursom, kabinom automobila. Svi delovi kabine su sada veoma velikuđušni, a Mercedes je otišao što je dalje mogao, pa je ceo prostor putničke kabine prekrrio kvalitetnim materijalima, a u slučaju našeg test automobila, to znači obimne površine prekrivene kožom, sedišta presvučena kombinacijom kože i alkantera, prosto rečeno savršeno.

Sedišta su veoma udobna, prelepo je sedeti u njima i vrlo brzo će vam dozvoliti da pronađete udoban položaj za vožnju, a takođe će vam pružiti odličnu potporu. Materijali u unutrašnjosti našeg test automobila su bili mešavina premium materijala. Aluminijum na instrument tabli i odlična meka plastika, sedišta od kože i alkantera vrhunskog kvaliteta, kao i volan koji je presvučen kožom vrhunskog kvaliteta, sve ovo objedinjuje luksuzan i sportski osećaj. Dizajneri su takođe posvetili puno pažnje unutrašnjem osvetljenju, pa je vožnja noću pravi užitek koji treba doživeti.

Ergonomija je dobro promišljena, a što se tiče ostalih elemenata, ne možemo ignorisati sličnost instrument table sa

više drugih modela iako je odličnog kvaliteta, ali u isto vreme moramo da se divimo načinu na koji je Mercedes pronašao ravnotežu između previše dugmića i minimalističkog izgleda.

Pošto smo ovde, takođe ćemo pomenuti da opcioni COMMANAD infotainment sistem, koji koristi novi ekran, koji je smešten na gornjoj strani instrument table. Unutrašnji prostor je ispunjen kvalitetnim materijalima i nudi raspored komandi koji vam omogućava da se fokusirate na vožnju, a to je ono što stvarno pomaže u urbanim sredinama, gde

čovjek treba da se spremi za borbu protiv jakog saobraćaja. Element koji nas je takođe impresionirao u kabini jeste zvučna izolacija, koja je odlična.

Eksterijer može biti konzervativan kao celina, ali ne možemo poreći činjenicu da dolazi sa ultra-modernim detaljima, koji čine da se automobil savršeno uklapa sa savremenim urbanim pejzažom. Naše test vozilo je opremljeno parking senzorima, ali ne i zadnjom kamerom, zbog čega su određeni parking manevri izuzetno teški, tako da zaista preporučujemo da zadnju kameru stavite na listu dodatne opreme.





Velikodušan prtljažni prostor je više nego dovoljan za bilo kakvo šoping putovanje. Šestostepeni automatski menjač odlično sarađuje sa motorom, pa vozilo bez problema uspeva da reši sve urbanističke zahteve na brz način. Položaj sedenja vam daje odličan pogled na put i dobru perspektivu gradskog saobraćaja. Takođe ogibljenje na ovom automobilu je savršeno, pa su putovanja vrlo, udobna i prijatna.

Automobil je tako napravljen, da bude maksimalno posvećen vozaču. To znači da ćete uživati u ovom automobilu u bilo kom smislu. Konkretno neće više biti nervoze za vreme gradske vožnje, jer ćete se vi odmarati u ovom automobilu. Potošnja goriva koju smo zabeležili tokom vožnje u prepunom saobraćaju je 9 litara u gradskim uslovima, što vam

možda i ne zvuči impresivno, ali kada uzmete u obzir da ovaj automobil ima skoro 2 tone, to je i više nego korektno. Dok budete vozili novu generaciju modela GLK sigurno ćete biti primećeni. Dizajn automobila uspeva da privuče pažnju i da zadrži poglede, pogotovo kada ljudi primete novi dizajn svetlosnih grupa. Prosto će vam mnogi zavideti što vozite tako atraktivan automobil.

Ubrzanje od 0 do 100km/h traje samo 9 sekundi, što je takođe vrlo impresivno za ovakav model. Automobil ima izlaznu snagu od 170ks između 3200 i 4200 obrtaja u minuti i 400Nm maskimalnog obrtnog momenta između 1400 i 2800 obrtaja u minuti. Maksimalna brzina ovog automobila iznosi 205km/h.

Automobil na otvorenom putu stvarno pruža neverovatan užitak u vožnji. Na centralnoj konzoli, ispod radio komandi, videćete dugme pomoću kojeg kružite kroz režime vožnje. Ovo dugme nudi tri moda Comfort, Sport i Manual, koji kontrolišu motor, menjač, vešanje i upravljački sistem.

Još jedna važna strana ovog automobila, pored pomenu-tog komfora koji je očigledan, jeste odlična efikasnost. Mercedes obećava potrošnju goriva od 5,8 litara na 100 km, a mi smo postigli na otvorenom putu potrošnju od 7.1 litara na 100 km, što je odličan rezultat za ovakav automobil. Iz liste standardne opreme pomenućemo Attention Assist sistem

koji otkriva umor vozača, LED dnevna svetla, ručicu menjača koja se nalazi desno iza volana, funkcija koja će nervirati većinu Evropljana.

Mercedes adaptivni tempomat je savršeno kalibrisan, a od dodatne opreme tu su još ECO start-stop funkcija, adaptivna stop svetla, kožna sedišta, kao i električno podešavanje sedišta.

Command infotainment je sistem koji će vas sigurno zabaviti, a nudi vam opcije kao što su navigacija, rikverc kamera, bluetooth konekcija, grafikon sa uporednim performansama.





ma i potrošnjom, kao i radio koji dolazi sa šaržerom koji prima 6 cd-ova.

Mercedes GLK je automobil koji zna sa čim raspolaže i čime može da se ponosi, a to je bezbednost. Ono što će vas dodatno ohrabriti je izuzetno mnogo lima ispred vozila, tako da je zona gužvanja izuzetno velika, kao i moć absorpcije udarca.

Prostor koji putnici imaju u kabini takođe je vrlo bitan faktor, i ni jedan udarac ne bi trebalo značajno da uđe u kabinu da

bi povredio putnički prostor i putnike. Dakle, vozite se visoko u masivnom automobilu i bezbednost je nešto o čemu ne treba da brinete.

Nikola VUČIĆEVIĆ ■

ATLANTIS

50

SUNCE I ZABAVA NA OTVORENOM

Izgleda da ne može da prođe pet minuta ovih dana da Atlantis ne lansira novi model. Kompanija stalno izbacuje nove plovne objekte, od kako je 2001. osnovana od strane Azimut-Benetti, koji je kupio high-tech Gobbi brodogradilište u Pjaćenci, u Italiji, za tu svrhu.

Počela je sa 42 i 47, obabroda predivne izrade, a onda je došao 55 radikalnoog izgleda sa svojim tvrdim staklenim krovom oblika kupole i sci-fi sklapajućim stolovima. 2006. godine, kompanija je napravila smeo korak zapošljavanjem Majkla Pitera da dizajnira trup i eksterijer jahate Atlantis 39, koji je najavljen kao "svetski brod" koji će se dopasti svim međunarodnim tržištima. Ispostavilo se da je tako dobar da je Atlantis pitao Pitera da ponovo uradi 35. I tu je novi 50, šesti novi model kompanije za pet godina.

50 je, međutim, veoma sličan modelu 55. Trup je skraćena verzija većeg broda Ausonio & Falletta dizajna i stil, sa svojim karakterističnom kupolastom kormilarnicom, je vrsta





omaža strane Atlantis dizajn studija Stefano Righini originalu. Po nama, u najmanju ruku, to je napredak.

Iako u smislu dužine i zapremine ne postoji velika razlika između dva najveća plovila, novi 50 i stariji 55 su radikalno drugačiji u izgledu. Dok je veći zamišljen kao manifest stila za mladi brend, sa svojim neverovatnim izgledom i dizajniranim stolovima, dve luksuzne dvokrevetne kabine i tri toaleta, 50 izgleda kao svestan korak nazad ka većitim

vrednostima jahti. Ona je jednostavnija, njen izgled je manje sjajan, ali više lep. Tu je naglasak na praktičnosti i komforu, ne na hvalisanju.

Uzmimo stolove kao primer. Na modelu 55 i onaj koji se nalazi u kabini i onaj koji je u salonu, su bili umetnička dela koja vrište za pažnjom, ali su samo prosečno dobri da drže piće. Stolove na 50, s druge strane, možete čak i teško primetiti, ali pronaći ćete džin i tonik tačno gde ste ga ostavili.





Takođe nema garažu. Vaš čamac za brod će umesto toga živeti na platformi za kupanje, koja se pokreće uz pomoć elektro-hidraulične dizalice, koja služi kao pasarela. Nije baš Džejms Bond, ali je jednostavan i praktičan.

Raspored smeštaja na 50 čini se da odlično koristi raspoloživi obim trupa, sa master sobom na pramcu i dve lepe kabine za goste u sredini broda - jedna sa duplim i jedna sa dva kreveta. Postoje samo dva kupatila, malo, namenjeno za master kabinu gore napred sa desne strane i nešto veće, za goste na pramcu sa pristupom iz oba

salona i kabine za goste. U centru je udoban salon sa dugom, ravnom kuhinjom na levoj strani i nešto dužom sofom L oblika na desnoj, okrenuta prema velikom plazma televizoru.

Šta Atlantis ima u svom korporativnom rukavu za svoj sledeći novi model tek treba da bude otkriveno. Jedino možemo da budemo sigurni da nećemo morati da čekamo dugo. Ova nova jahta 50 je sposobna i svestrana, dobro opremljena za udobna krstarenja, sa performansama i rukovanjem sportskog broda.





Atlantis 50 je lepa jahta, lišena neobičnosti i malo je verovatno da će izaći iz mode u skorije vreme. Koliko god novi modeli dolazili i odlazili, ova jahta izgleda kao da će dugo biti prisutna...

Jova SREĆO ■





PRIVATNIM DŽETOM OKO SVETA

Izaberite turu svojih snova, opustite se u komforu svog privatnog džeta sa znanjem da je vaše putovanje već isplanirano do detalja...

Putovanja na najegzotičnije i najlepše destinacije na svetu nekada su zahtevale intenzivna istaživanja, nedelje planiranja i brojne letove. Sada privatne jet travel kompanije nude neke od najboljih luksuznih odmora sa turama koje uključuju sve destinacije koje вреди videti, od neverovatnih ostrva do najznačajnijih delova UNESCO-ve kulturne baštine. Predstavljamo vam nekoliko putovanja koja će biti najaktuelnija ove jeseni...

KULTURA & KUHINJE

Ako ste ljubitelj gastronomskih avantura, putovanje Smithsonian Journeys-a je pravi izbor za vas. Ukrcavanjem na VIP uređen Boeing 757 krećete u avanturu na osam egzotičnih destinacija da isprobate lokalne specijalitete i istražite kulturu koja svaku od ovih zemalja čini jedinstvenom. Čekaju vas misteriozni Reykjavik na Islandu; začinjena mađarska hrana u Budimpešti; Zlatni hram i lekcije Pandžabi tehnika

kuvanja u Amitsaru, Indija; plantaže čaja u Hangzou, u Kini, vožnja iznad Ha long zaliva i ukusi Vijentama; i tradicionalne arapske gozbe u Muskatu, Oman. I ovde se vaša avantura ne završava – otkrićete antičku grčku istoriju i mediteranske specijalitete na Krtu. Zatim kratko putovanje kroz vinograde i specijalitete francuske kuhinje u Burgundiji. Usput ćete obići neke od najznačajnijih UNESCO-vih spomenika i predela, dobiti savete eksperata svetskog kulinarstva poput Dare Goldštajn i svetskih putnika i istoričara poput Čarlsa Doertija, koji će sa vama krenuti na ovo neverovatno putovanje. Ova privatna avantura košta 59.950 dolara i počinje 17. septembra ove godine.

NAJBOLJE OD AZIJE

Exotissimo Travel ove jeseni organizuje osmodnevnu turu kroz Aziju i njene najlepše i najfascinantnije predele. Vaša privatna Cessna CJ3 prvo staje u Bangkoku, gde ćete videti moderne i tradicionalne aspekte glavnog grada Tajlanda, i na kraju dana provesti noć u Four Seasons hotelu. Zatim sledi severni Tajland i Chiang Rai: vožnja brodom na reci Mekong, poseta dvorani opijuma, i noć u Anantara Golden Triangle Resort & Spa. Treći i četvrti dan slede posete Mjanmaru, jahanje slonova kroz džunglu u podnožju Himalaja, drevni hramovi u Kambodži uz vrhunskog vodiča i zatim





dvodnevni odmor na Puketu, u privatnoj vili u okviru Anantara Phuket Resort & Spa hotela, gde vas čekaju najlepše plaže i spa tretmani za opuštanje...

KRUG OKO SVETA

Dok se ostale ture skoncentrišu na to da vam pokažu najbolje delove jednog određenog dela sveta, sa National Geographic Expeditions turom letite na pet različitih kontinenta! I to nije sve, odvešće vas do 12 UNESCO-vih kulturnih spomenika, od Machu Picchu do piramida u Gizi. Ne zaboravite svoj safari šešir zato što vaše 24-dnevni odmor počinite u Vašingtonu, odakle se nastavlja u Peruu, Čileu, Samoi,

Australiji, Kambodži, Kini, Indiji, Tanzaniji, Egiptu i Maroku. Sa vama na putovanje kreće i čitav tim svetskih eksperata, koji će vas stručno voditi kroz ovo putovanje i pružiti vam pravi uvid u istoriju i tradiciju svakog od ovih mesta. Neke od destinacija na putovanju su i Serengeti nacionalni park u Tanzaniji, Istočna ostrva.. Cena je 66.950 dolara. Sve ture u 2012-oj su već popunjene, ali vas nove očekuju već od februara 2013. godine.

'FOUR SEASONS' OKO SVETA

TCS & Starquest već dvadeset godina sa uspehom organizuju naluksuznije avanture na svetu. Najnovija podrazume-





va obilazak neke od najegzotičnijih i najprestižnijih lokacija na svetu poput Kone na Havajima, Sidneja, Balijsa u Indoneziji i Kaira, Egipta, koje će putnici imati priliku da obiđu i istraže, dok borave u prestižnim Four Seasons hotelima. Ukratko, obilazak najlepših delova planete danju i boravak u čak deset Four Seasons hotela i uživanje u lokalnim specijalitetima pripremljenih od strane vrhunskih kuvara, noću. Leteći od zemlje do zemlje sa samo još 80 saputnika, znači da ćete imati gotovo personalizovanu uslugu i tretman tokom putovanja. Možda i najzanimljiviji deo je što ćete svakom mestu koje obiđete ostaviti ponešto: naime, kompanija donira lokalne bolnice, proizvode i institucije na svakoj od lokacija koje obiđete. Dvadesetodnevna tura oko sveta kreće 30. septembra i 29. oktobra, a košta 66.950 dolara za dve osobe.

Sonja BOŽOVIĆ ■

HOTEL METROPOLE MONTE CARLO

Ovo je mesto na koje dolazite da budete viđeni,
prošetate svoje najbolje toalete i okušate sreću u
čuvenom kazinu...

Kneževina Monako je jedna od onih nezaobilaznih tačaka na mapi letovanja filmskih zvezda, kraljevskih porodica i biznismena. Iako najpopularniji kao destinacija u maju, za vreme održavanja Grand Prix-a, tek kada prođu gužve izazvane turistima, Monte Karlo pokazuje sav svoj raskoš i glamur, koji je sredinom proteklog veka i proslavio francusku rivijeru.

U samom centru zbivanja, a opet ušuškani i sakriveni od pogleda radoznalih turista, u blizini kazina i glavnog trga, nalazi se čuveni hotel Metropole. Eksterijer koji datira još iz Belle Époque perioda, u stilskoj je harmoniji sa ostalim zdanjima koja okružuju glavni trg. Enterijer otkriva svet dekadencije i luksuza, i nosi pečat svetski priznatog dizajnera Jacques Garcia-e.

Ovaj kreativni novi koncept kvaliteta, ličnosti i inovacije ga odvaja od postojećih hotela Monaka. Hotel privlači elegantnu klijentelu, "mladu", sofisticiranu, kosmopolitsku i zahtevnu, koji traže palatu u skladu sa vremenom.





Cilj hotela je da privuče pre svega individualne klijente (70% gostiju su pojedinci i 30% grupe). Jedan od ključnih faktora uspeha projekta je savršena, čak i neprimetna kohabitacija između dve vrste gostiju. Poslovni klijenti prirodno se uklapaju u opuštenu atmosferu odmora.

Prostrani apartmani uređeni su sa mnogo ukusa i podređeni vašem uživanju. Kupatila su opremljena Hermes proizvodima za negu, sa ogromnim prozorima i pogledom na grad. Usluga je neprevaziđena, sa pravom merom između formalnog, efikasnog i prijateljski nastrojenog ponašanja.

Hotelski bazen je trenutno zatvoren zbog renoviranja i velikog redizanjiranja za koje je zadužen Karl Lagerfeld. Poznati kreator dizajniraće i restoran Joela Robushona, koji će biti otvoren sledeće godine, a time će se hotelskoj ponudi restorana pridružiti još jedno mesto za Mišelinove zvezdice.

Međunarodno poznati arhitekta i dizajner enterijera Jacques Garcia je izabran da rekonstruiše enterijer i eksterijer Hotela Metropole Monte Carlo, kao deo multi-milionskog projekta renoviranja. Garcia, koji je redizajnirao





hotele u Parizu, Ženevi, Njujorku, Bejrutu i Marakešu, takođe transformisao hotel sa 141 sobom i od jedne stare zgrade svetskog luksuza, tipične za Monte Karlo, u hip, savremeniji objekat, koji se razlikuje od ostalih u Kneževini.

Hotel Metropole Monte Carlo ponovo je otvoren u julu 2004.godine, posle više miliona funti uloženi u obnovu i ponosno je objavio da je imenovan za najnovijeg člana grupe Leading Hotels of the World.

Obzirom da ovaj spisak ima samo 400 članica u svetu je sasvim ozbiljan podvig i zahteva rigoroznu aplikaciju i inspekcijski proces od strane prestižne organizacije luksuznog ugostiteljstva. Da bi dobili prijem u Leading Hotels of the World, koja ne traži nove članove, Hotel Metropole Monte Carlo je bio dužan da podnese zahtev za prijem. Kao deo tog procesa, hotel je bio u obavezi da ispuni vrlo precizne standarde u vezi sa svim aspektima koji utiču na udobnost i uživanje gostiju, uključujući smeštaj, usluge, kuhinju i objekte.





Kao član ove ugledne grupe, Hotel Metropole Monte Carlo deli misiju grupe Leading Hotels of the World, "da postane najeminentniji provajder proizvoda i usluga... na luksuznom tržištu".

Milena KOLARIĆ ■

BANYAN TREE SPA MARINA BAY SANDS - SINGAPUR

Predstavljajući oazu na nebu, Banyan Tree Spa Marina Bay Sands, označava otvaranje svog prvog Spa centra u Singapuru...

Napravljen poput urbanog spa centra sa osećajem pripadanja, Banyan Tree Spa Marina Bay Sands prožima ugađeni glamur svog modernog enterijera sa tradicionalnim, senzualnim, duhovnim i azijski inspirisanim notama.

Napravljen kao najviši Banyan Tree SPA centar sa spektakularnim pogledom na 55-i sprat luksuznog Marina Bay Sands Hotela, koji je vodeći Azijski lanac hotela za biznismene i bogate koji žele zabavu, odmor i komfor. Ovaj SPA centar ima sofisticirani i rafinirani gradski izgled, ali opet sa svim primamljivim osobinama Banyan Tree rizorta.

Prožet zemljanim bojama, sa notama crne koja ih akcentuje, Banyan Tree Spa Marina Bay Sands SPA centar ima temu vanvremenskog koncepta Tree of Life (Drvo Života), koju je dizajnirao studio Architrave, zaslužan za dizajn Banyan Tree-a po celom svetu. Ovo karakteristično drvo, koje





ima svoje korene u svakoj kulturi, simbolizuje besmrtnost i mudrost. Umetnički ekspresionizam modernog dizajna, estetika i završni dodiri, odlikuju azijsko nasleđe.

Kada se Banyan Tree Spa otvorio po prvi put u Azijskom prvom luksuznom SPA resort-u, Banyan Tree Phuket

na Tajlandu 1994. godine, bio je pionir sa konceptom tropskih bašti sa istočnjačkim terapijama i holističkim fokusom na duhovnu, mentalnu i fizičku harmoniju. Kao prvi luksuzni orijentalni SPA centar u Aziji, on je ponovo doneo egzotične prakse antičkog zdravlja i lepote koje su prenošene sa kolena na koleno. Kao tropsko i sveto





drvo od koga potiče naziv, Banyan Tree Spa, nudi gostima utočište za sva čula – odlično mesto za telesno, mentalno i duhovno obnavljanje. Da bi postigli ovo, SPA centar se fokusira na neklinički i duhovni pristup baziran na osnovama tradicionalnih istočnjačkih terapija. Ističe se pristup sa dosta dodira, a skoro ni malo tehnologije koji slavi ljudski dodir uz korišćenje prirodnih biljaka i začina.

Prateći neverovatan uspeh u Phuketu, Banyan Tree Spa je otvorio centre na Maldivima, Bintanu, Indoneziji, Sejšelimu, Kini, Japanu... Svaki SPA je dizajniran tako da se stopi u jedinstvenu sredinu u kojoj se nalazi, koristeći lokalne materijale da bi se u njemu ogledala lokalna kultura i nasleđe, kao i jedinstveni arhitektonski stil, zemlja i njen biljni svet. Stil tropske bašte omogućava gostima da probude sva svoja čula i time budu podložniji tradicionalnim metodama lečenja.





Tokom godina Banyan Tree Spa je prihvaćen kao najbolji svetski SPA centar sa brojnim internacionalnim nagradama koje su ojačale brend.

Inovacije koje je Banyan Tree Spa doneo su dovele do ogromnog rasta regionalne SPA industrije. Popularnost SPA centara je dovela do građenja istih, ne samo u resortovima, već i u hotelima, klubovima, prodajnim kompleksima, pa čak i u nekim kancelarijskim prostorima.

Zakoračite u bujne i privatne odaje ovog ličnog i intimnog raja. Iskusite osećaj smirenosti i staloženosti, koji su ključni u Banyan Tree Spa centrima. Banyan Tree Spa Marina Bay Sands je mesto gde vas čeka pravo zadovoljstvo i užitak....

Jovana PALJIĆ ■

Foto: Dorchester Collection





FRANCUSKA KUHINGA U LONDONU ALAIN DUCASSE - THE DORCHESTER

U srcu jednog od najboljih hotela na svetu, Jocelyn Herland pruža originalnu, kreativnu i romantičnu interpretaciju majstorskog kuvanja Alaina Ducassea...

Alain Ducasse je stvorio vanvremensko mesto u Dorčesteru u Mayfair-u, stalno pomerajući granice izvrsnosti u kuvanju, dekoru i kreativnosti. Šef je izmislio savremenu kulinarsku kompoziciju, ugrađujući u nju najbolje odabrane proizvode iz Francuske i Velike Britanije. U centru prostorije koju je dekorisao Patrick Jouin je "La Table Lumiere", koji je osvetljen optičkim vlaknima i na raspolaganju je za privatne događaje na zahtev. On vas privlači da otkrijete neverovatno kulinarski doživljaj, omogućavajući gostima ne samo da kreiraju sopstveni meni, već i da stvore dekor za svoju večeru! Jedinstveno iskustvo...

Među nekima od najboljih kreacija u Alain Ducasse u hotelu The Dorchester, preporučujemo vam da probate "Sauté go-urmand" od jastoga, girolles, piletinu sa tartufima, domaću

testenu, rebra divljači sa Grand-Veneur bundevom, dunje i salsifis.

Nagrađen sa tri Michelin zvezde, Alain Ducasse u hotelu The Dorchester nudi savremenu francusku kuhinju, zajedno sa visoko profesionalnom, savršenom i prijateljskom uslugom, koju organizuje direktor Christian Laval i njegov energičan tim, za novi pristup „Fine Dining” konceptu.

Šef Jocelyn Herland tumači Alain Ducasse kuhinju na moderan i prefinjen način, dosledno unapređujući trenutne

sezonske proizvode, od kojih mnogi potiču od francuskih i britanskih dobavljača. Jela sa potpisom su sezonsko povrće kuvano na "cocotte", filea od Angus govedine i sušeni foie gras Rossini, "sacristain" krompir, "Périgueux sos" ili dekadentni Baba, kao u "Monte Karlu".

Elegantna i definitivno moderna trpezarija sa svetlim hrastovim panelima i kože u nijansama tena i krem boje, služi kao savršen dekor za svetao i živ ambijent. Dizajn takođe nudi neobične elemente, kao što su lakirani zidovi prepuni dugmadima od zelene svile koji pronalaze inspiraciju u





šumovitom parku preko puta. Kao idealno mesto za ručak, restoran nudi set meni sa 3 jela, koji se može pojesti za manje od sat vremena. Privatna trpezarija je takođe iskustvo koje se mora doživeti u restoranu, sa 3 opcije od zadivljujućeg Table Lumière do Salon Park Lane i Salon Privé.

The Dorchester je jedan od legendarnih svetskih hotela. Otvoren je 1931.godine, a nalazi se na Park Lane-u. Konstantno je rangiran kao jedan od najboljih svetskih hotela.

Pošto je izašao iz kuhinje, Alain Ducasse je sada u stanju da se koncentriše na pružanje vrhunskog kulinariskog iskustva. Restoran ima vrhunski tim na čelu sa fenomenalnom Jocelyn Herland, u modernoj rafiniranoj kuhinji sa fokusom na sezonske sastojke koji se jednostavno, ali i pažljivo pripremaju.

Veliku i upečatljivu trpezariju je dizajnirao Patrick Jouin. Uzvišeno elegantna sa visokim plafonima, velikim prozorima koji gledaju na park, moderan luster od svetlucah li-





stova i sjajnim svetlom uklapa se sa pretežno prigušenim bojama, dok su veliki stolovi besprekorno postavljeni, sa vinskom listom koja oduzima dah.

Nemanja LAKIĆ ■





MOËT ICE IMPÉRIAL BOCA OBOJENA U BELO!

Verovatno nema poljoprivrednog proizvoda koji je više regulisan pravilima od šampanjca - odakle je grožđe, kako je odgajano, koje je vrste, koja količina soka se iscedi svakim pritiskom, koliko treba da odeži vino pre nego što se može prodati i tako dalje. A pravila idu do načina na koji se krajnji proizvod konzumira.

Šampanjac, poznavaoći će vam reći, uvek treba biti poslužen rashlađen, po mogućstvu na 7C (koji se, uzgred, ne postiže najbolje u frižideru, već postavljanjem neotvorene boce u ledenu kofu, ispunjenu sa pola leda i pola vode na 20 do 30 minuta) i treba da se služi u dugim čašama oblika frule ili lala, dizajniranim da poboljšaju protok mehurića na vrhu čaše i da se koncentrišu arome vina.

Ovo su prihvaćene mudrosti služenja šampanjca, a potrošači su spremni da se pridržavaju većini ovih pravila. Ali piti šampanjac iz širokih mirisa staklenim čašama i sa kockicama leda? „Quelle horreur!“

Za većinu ljubitelja šampanjca ova ideja je nezamisliva, ali to je upravo ono što jedna od najstarijih i najvećih svetskih kuća šampanjca vruće da će biti sledeća velika stvar u svetu ispijanja šampanjca. Moët & Chandon Ice Imperial je šampanjac napravljen isključivo da se pije sa ledom i, u stvari, ne bi trebalo da se pije bez njega.

Moët & Chandon, jedan od najpoznatijih proizvođača šampanjca na svetu, od sada će biti poznat i kao prvi koji je ponudio svojim kupcima šampanjac koji se servira sa koc-kama leda.

Moët Ice Impérial dolazi u fantastičnoj boci bele boje, i predstavlja pravo letnje osveženje: light verzija klasičnog Moët šampanjca, sa aromom voća, i predivne boje breskve. Led se računa kao obavezni sastojak ovog napitka- može se reći da je šampanjac sam po sebi i previše sladak, ali mu led daje potreban balans i daje konačni ukus. Nova formula i novi način razmišljanja u indutriji vina.

Ima duboku tamnu boju zlata sa iskrama ćilibara. Ima intenzivan voćni buke, moćnu aromu tropskog voća (mango, gu-ava), raskoš nektarine i originalnu notu maline. Na nepcu se





oseća kombinacija punoće i svežine, pun, mesnat, sladak ukus sveže voćne salate, očaravajuća slatkoća želea karamele i dunje, osvežavajuća kiselost grejpfruta i đumbira.

Ice Impérial je miks pinot noir, pinot meunier i chardonnay grožđa. Preporučuje se serviranje u klasičnoj Cabernet čaši, sa tri kocke leda. Pravo osveženje dobićete ako dodate i citrusno voće, jagode ili mentu.

Boca obojena u potpunosti u belo, sa imenom Ice Imperial, raskida sa tradicijom elegantne pristojnosti prethodnika... ovo je novi šampanjac spreman da se suprotstavi ustaljenim konvencijama proizvoda i njegovoj potrošnji. Može se piti isključivo sa ledom.

Dizajnirana od strane francuskog dizajnera Jean Marc Gady-ja i u produkciji francuskog proizvođača «les etains d'Anjou», kibla za ovaj novi Moët & Chandon šampanjac predstavlja komad koji služi setu, koji bi trebalo da odražava ovaj raskid sa tradicijom. On dolazi sa letnjom posudom da se bolje uklopi sa novom linijom aksesoara za serviranje.

Stvorena da impresionira, a da ne zastraši, bela i besprekorno lakirana, ova kibla stoji čvrsto i ističe oblik flaše svojim oblinama.

Ratomir ŽIVKOVIĆ ■

SLEDEĆI BROJ
IZLAZI 1. NOVEMBRA

VIDIMO SE
USKORO!

studio
MAGAZIN