

PRVI ONLINE "HOME, LIFE STYLE MAGAZIN" ■ GODINA III ■ JUL/AVGUST 2013. ■ BROJ 37

mini studio MAGAZIN



ARHITEKTURA:

"LAGANA
POPUT VETRA"

DEKOR:

"VILLEROY&BOCH
ANMUT MY COLOUR"

U POKRETU:

"MERCEDES
A KLAŠE"

Sun Moon & Stars




MEISSEN
MANUFACTURER
SINCE 1710

VALENTINO
HOME COLLECTION

Christofle
PARIS


SWAROVSKI

RIEDEL
THE WINE GLASS COMPANY

eacharel


Reinhold

ROBBE & BERKING
GLASS

Blumarine
HOME COLLECTION


Villeroy & Boch
STAR


HERMÈS
PARIS

LALIQUE

BERNARDAUD

W
WEDGWOOD
ENGLAND 1791

WMF 

WWW.SUNMOON-STAR.COM

SADRŽAJ

HOME STYLE

■ ARHITEKTURA	04
Lagana poput vetra	
■ ENTERIJER	12
Stan prepun stila	
■ INTERVJU	20
Dr. Fridrih Vile	
■ DIZAJN	26
GOOGLE kancelarije u Moskvi	
■ DEKOR	32
VILLEROY&BOCH – Anmut my colour	
■ NEW WAVE	36
Trablmejker radionica	
■ VODENA OAZA	42
Mnimalistička crno-bela kombinacija	
■ OSVETLJENJE	48
KNICKERBOKER-Umetnost ručne izrade	

LIFE STYLE

■ SATOVI I NAKIT	52
Prvi PIAGET Rose day	
HUBLOT - Letnji Neon Trend	
■ FASHION	58
LANVIN Proleće/leto 2013	
■ U POKRETU	62
MERCEDES A klase	
■ NAUTIKA	68
CHRIS CRAFT Carina 21 gliser	
■ PUT POD NOGE	74
Grčka - zemlja stvorena za uživanje	
■ DIZAJN HOTELI	80
Oaza na Jadranu	
■ SPA & WELLNESS	86
VILU REEF BEACH & spa resort	
■ HEDONIZAM UKUSA	92
Rochus 1090 projekat	
■ CRNO BELI SVET	96
Zemlje vina – ŠPANIJA	

- 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 Kolarić, Sonja Božović
- Saradnici
Vuk Petijević, Milica Drobnjak,
Ratomir Živković, Sanja Petijević, Ana
Polić, Darija Jelinčić, Jova Srećo,

- Nemanja Lakić, Marko AntoniĆ, Miloš
Mastilović Ognjen Radić, Dragana
Ćupurdija
- Advertising
office@ministudio.rs
- Redakcija
Nušićeva 10, 11000 Beograd, Srbija
+381 33 47 331

CASA DEL VIENTO LAGANA POPUT VETRA

"Casa del Viento" (Kuća vetra) proširuje domen fikcije i pretvara je u mirno i misaono mesto. Inspirisana legendom o Tepozteco-u (ogromnom vulkanskom formacijom na imanju), otvara mogućnost da su tragove vetra i erozije vode, zapravo napravili ljudi iz grada pokušavajući da dozovu Boga vetrova (Ehécatl)...

Dizajn studio: A-001 Taller de Arquitectura

Arhitekta: Eduardo Gorozpe Fernández

Lokacija: Tepoztlán, Mexico

Površina: 650 M²

Fotografije: Jaime Navarro Soto

www.a-001.com





Tri imaginarna komada stene, nastala tokom vulkanskog procesa, formiraju zid kuće koja se otvara ka vetrovima, u konstantnoj razmeni sa okolinom za koju je ona zamišljena. Konzolne structure stvaraju prelazne zone između eksterijera i enterijera.

Kao da odaje počast, "Casa del Viento" okrenuta je ka severu, ka Tepozteco-u, kako bi popunila svaki unutrašnji prostor sa pogledom od 180 stepeni na formacije stena koje menjaju izgled u zavisnosti od položaja sunca. Njen vitak oblik omogućava joj da uhvati prirodno osvetljenje sa juga





i pogled sa severa, kao i stvaranje poprečne ventilacije u svim sobama. Arhitektura ovog objekta formira prostor za stanovanje u prelepom okruženju, otvorenom za iskustvo življenja u prirodi.

Kontinuirani kontrast u korišćenju savremenih regionalnih materijala, konstruiše odraz kulturne mešavine koja ka-

rakteriše Tepoztlan. Prefabrikovani beton koji je korišćen za izradu podova i krečnjak za izradu spoljnih i unutrašnjih zidova kuće, daje kući odlične karakteristike, dobru toplotnu izolaciju i lako održavanje. Primena održivih tehnika, kao što su skupljanje kišnice i korišćenje solarnih grejača, podržava maksimalnu uštedu energije i korišćenje prirodnih resursa.

U enterijeru, koji ima izrazito minimalistički i moderan karakter, mogu se pronaći veoma iznenađujući dekorativni elementi u jarkim bojama. Plava, žuta i narandžasta stvaraju lep kontrast sa dominantnim belim i smeđim površinama.

Enterijer je u potpunosti ispunjen prirodnim materijalima poput kamena i drveta. Sjajni beli kameni podovi su samo mestimično pokriveni smeđim tepisima u trpezariji i u dnevnoj sobi. Dekorativne saksijske biljke i rezano cveće unose

prirodu u enterijer, koji je i inače od nje odvojen samo velikim staklenim površinama. Na taj način, prelaz između enterijera i eksterijera je gotovo neprimetan, čime je ostvaren osnovni cilj projekta - život u prirodi.

Kuhinja je pravo mesto za ljubitelje kulinarstva. Svetla i otvorena, sa elementima u beloj i svetlo zelenoj boji sa završnom obradom visokog sjaja, ona sadrži sve neophodne, moderne kuhinjske aparate. Uz kuhinju se nalazi i pult sa stolicama





TAGHeuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



KAMERON DIJAZ
I NJEZIN LINK LADY DIAMONDS



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





ma, tačno nasuprot ploče za kuvanje, što je čini idealnom za doručak sa porodicom ili časkanje sa gostima tokom pripreme večere.

"Casa del Viento" krije intimne kutke kroz održive detalje: terasa za meditaciju, male balkone na kojima se može uživati u suncu i bazen za svakodnevno uživanje u kojem se reflektuje Tepozteco. Svaka soba obavlja stanare u sam pejzaž, od kojeg oni svojim prisustvom, oblikuju novo umetničko delo...

Rođen u Meksiko Sitiju, Eduardo Gorozpe Fernández, 2003. godine otvara arhitektonski studio A-001 Taller de Arquitectura, gde je direktor i jedini akcionar. Tokom 2010., Eduardo Gorozpe, priznat je kao mladi talenat u oblasti arhitektonskog dizajna i kreative u Meksiku.

Eduardo je održao predavanja širom zemlje i učestvovao u nekoliko takmičenja. A-001 Taller de Arquitectura je firma za arhitektonsko, urbanističko planiranje, projektovanje i istraživanja, sa sedištem u Meksiko Sitiju. Sastoji se od interdisciplinarnog kreativnog tima, čija obaveza je da arhitekturu iskoriste kao pokretač promena za poboljšanje urbane sredine, prostora i živote ljudi koji žive u zgradama. Studio je nominovan 2011., kao jedan od lidera u oblasti arhitektonskog dizajna u Meksiku...

Ana NEŠIĆ ■





STAN PREPUN STILA RIVERPARK APARTMENT

Svi znamo da kada stignemo kući posle napornog dana na poslu, sve što želimo je da se isključimo iz urbane džungle i duboko utonemo u sanjalačko stanje uma, u sredini koja ima moć da nas drži podalje od stresa.

Dizajner: BEEF

Dizajn Tim: Radoslav Buzinkay, Andrej Ferencik, Jakub Viskupic, Peter Kuklica, Martin Smerek

Lokacija: Bratislava, Slovačka

Površina: 170,0 m² + 14,0 m² (terasa)

Datum izgradnje: Novembar 2012

Fotografije: Jakub Dvorak

www.beef.sk

Obično, ljudi zaborave ovu "karakteristiku" pri izboru svojih domova i na kraju jedva čekaju vikend da bi negde pobe-gli i uživali istražujući čuda prirode. Ono što mnogi od nas ne znaju jeste da savršeno životno okruženje podrazumeva trajno opuštanje.

Sa ovom idejom u glavi, dizajneri arhitektonskog studija BEEF Architekture dizajnirali su divan Riverpark stan u Brati-slavi. Koncept životnog prostora je jednostavan: manje gla-mura, više stila i taj tako potreban osećaj "prirodnog okruže-nja", koji će naglasiti da postoji život posle kancelarije.



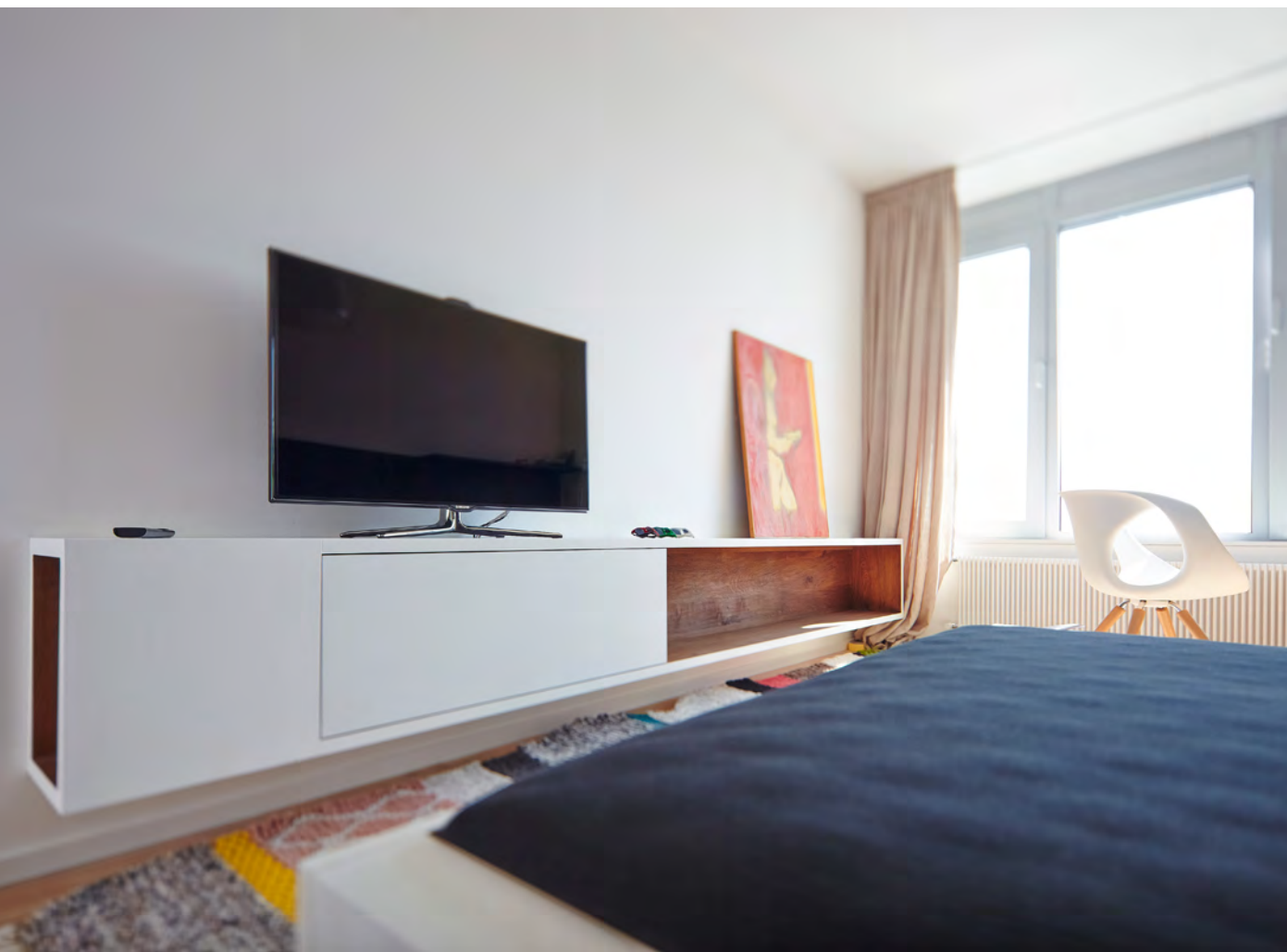


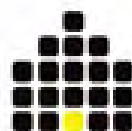
Riverpark je luksuzan novi stambeni kompleks u Bratislavi izgrađen 2010.godine. Smešten na obali reke, nalazi se nedaleko od zamka i istorijskih ulica Starog grada. U isto vreme možete uživati u reci i njenim plavnim šumama sa šetališta, koje čini produžetak postojećeg šetališta uz levu obalu reke.

Prvobitno izgrađen sa 3 spavaće sobe, stan je prilagođen tako da najbolje odgovara potrebama svojih vlasnika. Dve spavaće sobe spojene su u Master Suite, odnosno glavnu spavaću sobu, sa udobnim kupatilom i prirodno osvetljenom garderobom. Prirodni materijali - drvo hrasta i porozni prirodni kamen preovlađuju u unu-

trašnjosti. Svi podovi su obloženi u posebno izrađen pod od punog drveta hrastovine koji vizuelno povezuje sve prostore. Isti hrast, samo obojen tamnije, se koristi za većinu nameštaja u stanu - ugrađen ili samostalni. Drvo je robustan materijal, ali pruža starinski osećaj i gotovo podstiče da ga dodirnete i osetite neravnine na njegovoj površini.

Isto važi i za kamene zidove – kamen pešćar u dnevnoj sobi i krečnjak u kupatilima. Svaka ploča je različite debljine, što stvara igru svetlosti i senke. Najviši kvalitet izrade se podrazumeva. Preovlađujući materijali su dopunjeni izborom nameštaja i osvetljenja, koje nose italijanske, španske i češke dizajn etikete. Ovi elementi, međutim, ne postaju centralni deo enterijera u kojem dominiraju drvo i kamen.





NOVOLUX
Više od svetla...



www.novolux.rs





BEEF je arhitektonski studio sa sedištem u Bratislavi, Slovačka, a osnovali su ga Radoslav Buzinkay, Andrej Ferencik and Jakub Viskupič 2004. Nedavno, BEEF je postao tim od devet mladih stručnjaka sa međunarodnim obrazovanjem i iskustvom sa projektima, od enterijera do urbanizma.

Mina SREĆO ■



INTERVJU: DR. FRIDRIH VILE VLASNIK KOMPA NIJE FREYWILLE

FREYWILLE kreira umetnički dragoceni emajlirani nakit...

Veoma ograničena proizvodnja u fabrici na originalnoj adresi u centru Beča, gde je kompanija osnovana 1951. godine, garantuje najviše standarde kvaliteta i po pitanju dizajna i po pitanju proizvodnje. U ekskluzivnom intervjuu, Dr. Fridrih Vile, vlasnik kompanije FREYWILLE, govori o uspehu i vrednostima ovog Brenda...

KAKO BISTE U TRI REČI NAJKRAĆE OPISALI FREYWILLE KAO BREND?

Radost života, kreativnost i naravno, ljubav prema umetnosti.

ŠTA JE ONO ŠTO POKUŠAVATE DA IZBEGNETE U SVOM RADU? ZAŠTO?

Iskreno, uživam u poslu kojim se bavim. To me čini zadovoljnim i donosi mi radost. Ono na šta sam posebno ponosan jeste da svi zaposleni u kompaniji FREYWILLE rade kao jedan veliki tim i svako od njih sa svoje strane doprinosi uspehu kompanije. Iz tog razloga teško mi je da uopšte i zamislim kompaniju FREYWILLE i svoj posao generalnog direktora bez ovako snažnog timskog rada, u kojem svi vrlo poštovano učestvujemo.

PO VAŠEM MIŠLJENJU, KAKVA VEZA TREBA DA POSTOJI IZMEĐU MARKETINGA I PRODAJE? NA KOJI NAČIN MARKETING UTIČE NA VREDNOST PRODAJE?

Kompanija FREYWILLE spada među luksuzne evropske brendove. Sedište kompanije se nije izmeštalo, čak je i u istoj zgradi u centru Beča u kojoj je kompanija i osnovana pre više od 60 godina. Od nastanka kompanije nastojali

smo da budemo lideri u dizajnu, inovativnosti i obradi nakita izrađenog od emajla. Uspeli smo da stvorimo jedan potpuno novi stil kada je reč o emajliranom nakitu, razvili smo visoko kvalitetne tehnike emajliranja tokom osamedesetih godina prošlog veka, što nam je i pomoglo da započnemo našu uspešnu misiju osvajanja međunarodnog tržišta. Danas, prodajna mreža kompanije FREYWILLE prostire se na četiri kontinenta, sa više od 100 maloprodajnih lokala. Kompanija je prevashodno okrenuta zadovoljenju potreba naših klijenata. Naši kupci vole FREYWILLE proizvode, jer se pronalaze u porukama koje mi, dizajnirajući nakit, želimo da raširimo na tržištu. Bez obzira sa kog kraja sveta dolaze, oni su zaljubljenici u umetnost koliko i mi koji taj isti proizvod dizajniramo, proizvodimo i oslikavamo. Koliko god to zvučalo apsurdno, naši proizvodi su naš najveći marketinški adut koji imamo.



ŠTA JE PO VAŠEM MIŠLJENJU VAŽNIJE:

FINANSIJSKI USPEH ILI KORPORATIVNE VREDNOSTI?

Složićete se da na kraju dana kad svedemo račune, neka ko moramo i da ih platimo. Kada govorimo o finansijskom uspehu kompanije FREYWILLE, mogu reći da sam prilično zadovoljan ostvarenim rezultatima, s obzirom da smo uspeli da se pozicioniramo i nađemo svoje posebno mesto na tržištima koja imaju prilično razvijenu kulturu nakita. Ipak, ono što je za mene značajnije jeste da uspeh koji smo postigli počiva na entuzijazmu svih zaposlenih u kompaniji i njihovoj posvećenosti u širenju FREYWILLE filozofije širom sveta.

KAKO BISTE OPISALI SVOG KUPCA? PO VAMA, KOJI JE TO PUT IZGRADNJE ODNOSA POVERENJA IZMEĐU KUPCA I BRENDA, KAO ŠTO JE FREYWILLE?

Lično smatram da je umetnost ta koja nam pruža utehu od savremenog načina življenja. Umetnost nas obogaćuje i do-

nosi kvalitet našim životima. I to je ono što smo prepoznali kod naših kupaca. Oni koračaju kroz život širom otvorenih očiju, svesni koliko su trenuci sreće u životu dragoceni, i uvek spremni da prigrle novine koje se pojave na putu kroz život. Oni posebno cene iskrenost koju kompanija FREYWILLE neguje, kada je reč o stilu i vrednostima koje ona promoviše.

KOMPANIJA FREYWILLE JE PRISUTNA NA SRPSKOM TRŽIŠTU VEĆ TRI GODINE. KAKVI SU PLANOVI KOMPANIJE FREYWILLE NA DOMAĆEM TRŽIŠTU?

Naši klijenti dolaze sa svih meridijana, tako da u svom poslovnom razvoju pokušavamo da izađemo na tržišta koja nisu samo u Evropi, već i šire. Pa ipak, ekskluzivitet je nešto što svaka od naših prodajnih lokacija mora posedovati. Kao glavni grad Srbije, Beograd je izuzetan grad koji privlači ne samo domaće stanovništvo, već i brojne turiste koji dolaze u Beograd zbog njegove bogate istorije i kulture koje poseduje.





Domaće tržište je veoma dobro reagovalo na brend. Mogu slobodno reći da su ove tri godine za nama bile uspešne. Naši kupci u Srbiji su prihvatili poruke koje FREYWILLE nakit nosi sa sobom. Austrija i Srbija su jako bliske zemlje. Udaljenost Beograda od Beča je 600 kilometara. Možda u tome leži uzrok našeg zajedničkog osećaja prema lepom u životu i odnosa prema istom.

KAKVE NOVE TENDENCIJE MOŽEMO OČEKIVATI KADA JE U PITANJU NAKIT? KAKVA SU PREDVIĐANJA I PLANOVI KOMPANIJE FREYWILLE ZA BUDUĆNOST?

Generalno govoreći, u kompaniji FREYWILLE smo oduvek nastojali da pratimo naš jedinstveni stil oslonjen na kreativ-



nost. Značajno smo proširili obim linije proizvoda napravljene od 18-karatnog zlata, ali smo takođe kreirali nove forme i oblike nakita koristeći druge materijale, poput tekstila u našoj muškoj kolekciji. Kao jedan od noviteta u predstojećoj sezoni u okviru naše klasične linije predstavljemo posebno dizajnirane komade pod nazivom "Duh Afrike", koji će predstavljati naš lični doprinos Afričkom kontinentu na kome je sve i počelo: i život i umetnost.

Najzad, od oktobra možete očekivati nove komade sa prepoznatljivim logotipom Sfinge. Sfinga je zaštitni znak kreativnosti, snage i lepote. Siguran sam da ćete uživati u novim oblicima i stilovima.

Originalni FREYWILLE stil – novi stil ukrašavanja emajlom i visoko kvalitetne tehnike emajliranja – kreiran je 1980-ih godina, od strane tima mladih dizajnera, zlatara i stručnjaka finog emajliranja. Ključna osoba u kreiranju ovog novog dizajna, Simone Grunberger-Wille ostaje centralna figura u FREYWILLE poslovima. FREYWILLE je privatno vlasništvo i trenutno poseduje preko 100 butika širom sveta, više od 550 zaposlenih, na četiri kontinenta.

Umetnički dizajn je fokus svakog komada FREYWILLE nakita. Svakoj novoj kolekciji prethodi neprestana inspiracija i originalno istraživanje istorije umetnosti. Bilo da je nezavisno kreirana kolekcija ili odavanje pošte svetski renomiranim umetnicima – svaki detalj je rezultat strastvenog dizajna i pažljivog istraživanja. Geneza nove kolekcije traje i po dve godine, od inicijalnih koncepta i nacрта do lansiranja.



FREYWILLE nakit i aksesoari kreirani su sa nepogrešivim profilom, svaki od predmeta je jedinstven po svom dizajnu, ali i dalje odlučno pripada određenoj porodici stila. Nekoliko kolekcija imaju i nematerijalne i filozofske vrednosti, dok druge inspiraciju imaju iz tema istorije umetnosti, od grčko-romanske do savremene. Za neke kolekcije FREYWILLE umetnici preuzeli su teme i motive iz radova renomiranih evropskih umetnika i dali su im savremenu umetničku interpretaciju.

Svaka kolekcija je jedinstvena po pitanju dizajna i inspiriše lojalne klijente širom sveta. FREYWILLE konstantno dodaje nove dizajne uspešnim kolekcijama koje su već lansirane. Sve FREYWILLE kolekcije pokrivaju širok spektar nakita i aksesoara: minđuše, ogrlice, narukvice, prstenje, satovi, broševi, torbe, 100% svileni šalovi, kravate, olovke, manžetne, šnale za kravate i instrumenti za pisanje.

U 2013. godini, FREYWILLE ima preko 100 butika širom sveta, koji su locirani u najekskluzivnijim šoping kvartovima. Bilo da je u pitaju Madison Avenija, Rodeo Drive, Pariz, Moskva, Piazza San Marco ili neki od luksuznih tržnih centara u Pekingu i Hong Kongu, FREYWILLE butici su uvek predivno predstavljeni u atmosferi koja odiše umetnošću, kulturom i finim nakitom.







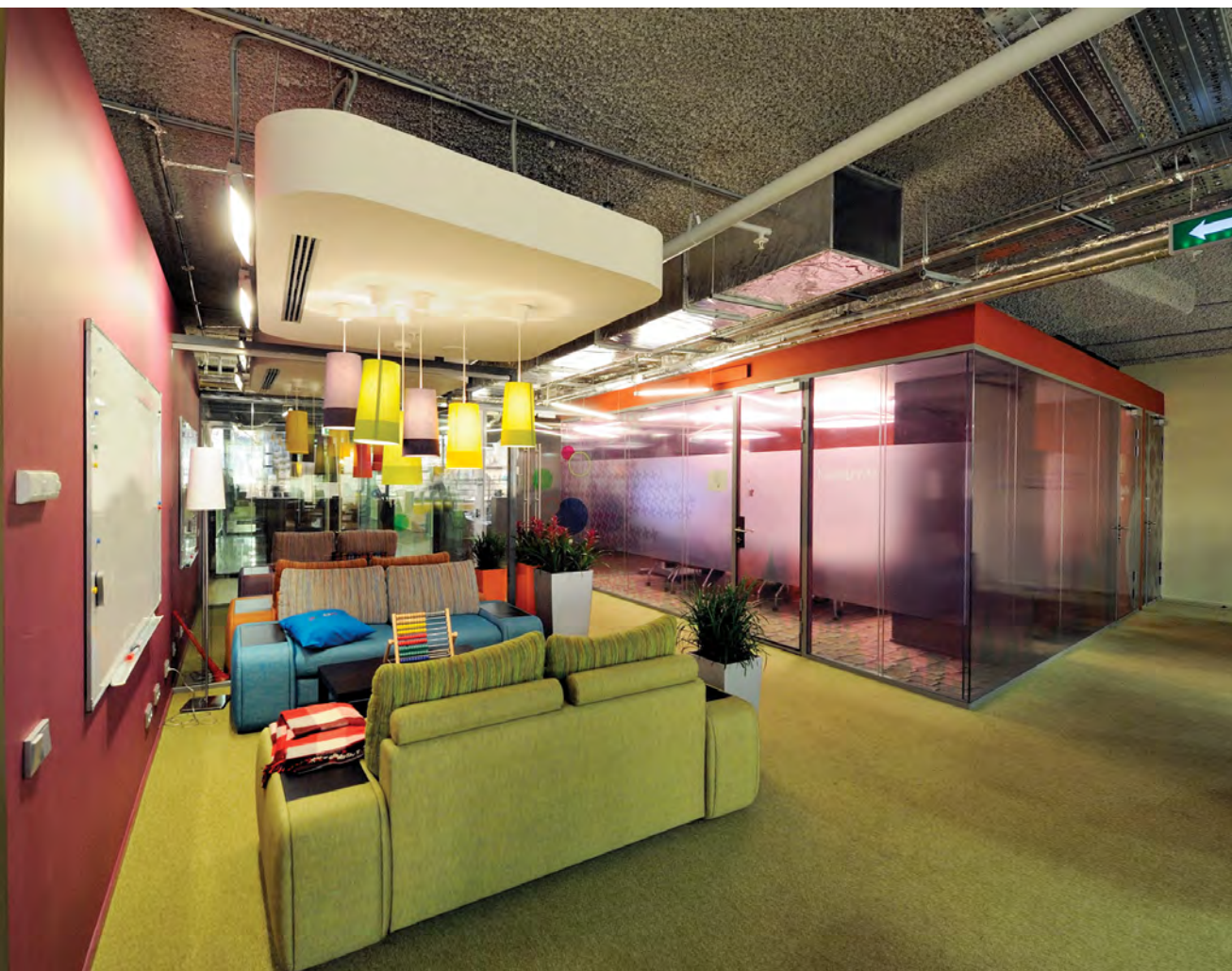
KREATIVAN RADNI PROSTOR GOOGLE KANCELARIJE U MOSKVI

NAYADA kompanija je završila dizajn novih kancelarija kompanije Google u Moskvi, najveće američke korporacije i vlasnika najpopularnijeg pretraživača koji obrađuje više od 40 milijardi zahteva za pretraživanje mesečno...

Tokom 2005. kompanija je otvorila predstavništvo u Rusiji, koje se u početku nalazilo u dve različite zgrade. "Sećamo se kako je počelo pre pet godina kada je Google otvorio svoju prvu kancelariju u Rusiji. Tada je bio smešten u dve male sobe. Mnoge stvari su se promenile od tada. Sada imamo dve kancelarije, u Moskvi i Sankt Peterburgu", kaže Vladimir Dolgov, generalni direktor Google Rusije.

Nedavno, kompanija je kancelariju premestila u Balčug Plaza, poslovni centar koji se nalazi u blizini stanice Novokuznetskaya. Kancelarija zauzima ceo sprat i ima ukupnu površinu od 2846 kvadratnih metara.

Arhitekte su imali težak zadatak da dizajniraju kancelariju, koja će biti udobna, kao i da odražava korporativnu tradi-





ciju. Poznato je da su Google kancelarije daleko od običnih. Pored tradicionalne radne zone, konferencijskih sala, kancelarija, hodnika i recepcije, može naći praktično sve: igrališta, biciklističke staze, makete dinosaurusu i frižideri sa besplatnim pićima. To je razlog zašto je bilo važno za dizajnere da pronađu odgovarajuće materijale kako bi ostvarili svoje kreativne ideje.

Dizajneri su koristili koncept "ruske duše", kao rešenje za dekorativni stil. Kancelarija je ispunjena slikama likova

iz ruskih bajki, filmova i crtanih filmova. Svaka sala ima svoju jedinstvenu dekoraciju. Može se videti Lukomorje u jednoj sobi i Baba Jagina koliba u drugoj, Princeze Žabe u konferencijskoj sali i još mnogo likova iz bajki i filmova...

NAYADA specijalisti koristili su NAYADA-standardne dvostruke particije, kako bi preneli bajke na dizajn sala za konferencije. Ova tehnologija omogućava da se otelotvori sve kreativne ideje, a raznim premazima se postiže da svaki





objekat bude jedinstven. Štaviše, ove particije pružaju sigurnost i zvučnu izolaciju.

NAYADA-Crystal particija sistem koji se koristi za zoniranje kancelarijskog prostora kreira jedinstven stil, zahvaljujući staklenim umecima, koji su uneli dosta lakoće i prozračnosti u kancelarijski enterijer.

Još jedna specifičnost ovog projekta je oblast za zabavu sa bilijarskim stolom, koja je napravljena od potpuno staklenih pregrada sa dvostrukim vratima. Ova konstrukcija je skoro nevidljiva, a ipak omogućava da se izoluje područje od ostatka kancelarije.

Mobilne particije NAYADA-Hufcor se koriste za izgradnju konferencijske sale što je omogućilo da se naprave dve odvojene zone, koje se mogu lako spojiti u jednu. Ova tehnologija štedi prostor i modifikuje ga kad je to potrebno. Dekorativni premaz omogućava particijama da se potpuno uklope u dizajn kancelarije.

Pošto je Google poznat po neformalnom odnosu prema procesu rada, radne zone su važne kao i zone za rekreaciju. One su morale da budu udobne i bezbedne. Oba ova zahteva su bila zadovoljena uz pomoć NAYADA proizvoda i dizajna, što je pomoglo u odražavanju filozofije kompanije, njenog dinamičnog karaktera i neuobičajenog pristupa u procesu rada.

Ana NEŠIĆ ■

ELEGANTNO POSUĐE VISOKOG KVALITETA

Anmut My Colour: Sveže, moderne boje ukrašene
platinom...

Snažne, upečatljive boje na klasičnom posuđu – za „Anmut My Colour“, Villeroy & Boch je na uzbudljiv način kombinovao savremene boje sa autentičnom formom elegantnog posuđa. Ivice svih predmeta iz ove kolekcije ukrašene su širokim spektrom boja i jednostavnim dekorom od prave platine. Baza tanjira i velikih površina posuda ostavljeni su čisto beli, stvarajući tako interesantni kontrast bogatih boja.

Elegantno posuđe Anmut dizajnirao je 50-tih godina prošlog veka Karl Leutner, sa ciljem namerne uzdržanosti sa izbalansiranim i harmoničnim proporcijama. Nežna i fluidna estetika dizajna daje Anmut porcelanu vanvremensku lepotu. Ovaj dekor naglašava svu modernost elegantnog posuđa. Sedam svežih boja - plava, zelena, crvena, narandžasta, siva, svetlo plava i ljubičasta demonstriraju impresivan sjaj i mogu biti kombinovane po vašoj želji.









Razni svetovi boja na taj način mogu biti kreirani: Skandinavija u plavoj i narandžastoj, Mediteran sa plavom i svetlo plavom... Delikatna igra uz pomoć sive i ljubičaste, ili – savršeno za Božić i praznike – blistava crvena u kombinaciji sa svetlo zelenom. Mešanje većeg broja boja može proizvesti još efektniju postavku na stolu. Skupocene ivice od platine upotpunjuju ovaj dizajn na savršen način, naglašavajući luksuz i kvalitet ove serije.

Anmut My Colour sastoji se od deset proizvoda u svakoj boji.

Svako ko ceni jednostavan dizajn, elegantno i moderno postavljanje stola oduševiće se kolekcijom Anmut My Colour.

Ovu kolekciju možete pogledati u Sun, Moon & Stars prodavnici u Nušićevoj ulici broj 25.

Ana NEŠIĆ ■





TRABLMEJKER RADIONICA

Brend Trablmejker je nastao u Beogradu 2006. Tokom godina se razvijala ideja koja se pretvorila u komade unikatnog nameštaja.

Dvojac koji se bavi ovim idejama i rukotvorinama su Ivana Perišić i Predrag Novković. Dvoje najboljih prijatelja, ona je ex glavna i odgovorna urednica Elle Dekora, a on dizajner i stolar zlatnih ruku...

Ivana i Predrag su svestrani, kreativni, lucidni i duhoviti! Ivana kaže za Predraga da je najduhovitiji čovek na svetu, a kad pogledamo njihove kreacije, shvatamo da sve ove svoje divne osobine prenose na svoja dela.

Naime, decenijama već traje ovo njihovo delanje, a od skora postalo je poznato javnosti. Mnogi, unazad već dosta godina, poseduju njihove radove u svojim domovima, ali ovih godina sa razvitkom elektronskog sveta i ostalih društvenih okolnosti i tehnologija, mnogi su poželeli da ih vide i tamo, i eto njih.

Njihova svstranost se odražava na njihova dela, a sadržana je i u njihovom obrazovanju i svemu čime se bave. Ivana je u Italiji završila studije italijanskog jezika i dekora, a Predrag je zubni tehničar, koji je svoju kreativnost pretočio u izradu nameštaja. Njihovi maštoviti umovi i spretnе ruke stvaraju jedinstvene komade nameštaja koji se mogu uklopiti u svaki enterijer i uneti dah svežine i neobičnosti u prostor.



Nameštaj koji su oni stvorili krasi enterijer apartmana Konačnik, koji je deo lanca "Pashaluk Apartments Beograd". Oni nastavljaju vredno da rade, i nadamo se da će uskoro imati još projekata u javnom prostoru. Šteta je da ovi lepi komadi budu sakriveni u privatnim stanovima, treba što više ljudi da vidi i ima priliku da u njima uživa...

Konstrukcija smeđe sofe, napravljena od čelika, nastala je iz sećanja na jedan primerak koji je Ivana u žurbi zapazila nekada i negde u Veneciji. Sedalni deo i jastuci su sa motivima Zubuna, tradicionalnog srpskog odevnog i neodevnog predmeta iz XIX i prve polovine XX veka. Budući da je imao oblik dužeg prsluka bio je praktičan, koristio se tokom

čitave godine, i leti i zimi. Motivi sa primerka iz zapadne Bosne 1900-te godine, preneseni su ručnim radom na keper.

Ružičasta sofa iz vojvođanske gradske kuće napravljena 1900. godine. Rastavljena je do najmanjeg dela i sastavljena u izvorni oblik. Konstrukcija i nogari su od bukovog, a ručno rađeni ukrasni delovi od lipovog drveta. Sedalni deo u potpunosti odgovara prvobitnom stanju, jer su korišteni istovetni materijali (čelične opruge, zima i tekstilne trake) koji pružaju dodatnu udobnost. Presvučena je u Designers Guild materijale.

Drveni sto iz stare vojvodjanske kuće. Na njemu stoji teško čitljiv potpis i godina 1930. Nisu ga mnogo menjali, jer je ovako najbolji svedok svega što je preživio. Dodali su mu obrub ploče koji je nedostajao. Koristili su više vrsta i boja kože. Zaštićen je prirodnim preparatima na bazi ulja i voska, koji daje postojanu zaštitu i glatku površinu.

Naslonjača, udobna, masivna fotelja iz 60-tih godina prošlog veka. Urađena baš kao nekada, sa zimom, čeličnim oprugama i gurnama, obučena u keper i "Designers Guild" materijale.



Ovo što vam predstavljamo na ovim stranicama je samo deo onoga što su uradili i trenutno rade. Ostatak možete pogledati na Facebook stranici ili pak na sajtu koji je u izradi, ali i u funkciji...

Zahvalnica umetnika tkaljama i veziljama, i svim prijateljima... prepoznaćete se...

Fotografije: Marko Todorović

www.tmradionica.com

<http://www.facebook.com/TrablMejkerRadionica>

Sanja PETIJEVIĆ ■







MINIMALISTIČKA CRNO-BELA KOMBINACIJA

Crno-bela kombinacija u kupatilu je jednostavna, moderna i posebna. Ona je predvodnica elegancije...



Crno-bele keramičke pločice, crni kupatilski nameštaj, dizajnerske police, prikladna rasveta, unikatni detalj u uglu prostorije, umetnička slika na zidu... Naravno, reč je o stilu uređenja koji je vredan divljenja.

Osvrnemo li se oko sebe, uočićemo da se crno-bela kombinacija pojavljuje gotovo na svakom koraku. Elegancija je zaštitni znak ovog jednostavnog spoja boja. Odevni predmeti, enterijeri, nameštaj... svuda mopežmo videti crno-bele kombinacije. Tako je i u kupatilima. Crno-bele pločice, ali i crno-beli nameštaj već niz duži godina kao da drže vodeću poziciju u trendovima uređenja kupatila.

Bez obzira na to uređuje li se kompletno kupatilo u ovoj kombinaciji ili samo mali deo prostora, crno-beli spoj prostor čini modernim i jednostavnim. Dovoljan je samo mali crno-beli detalj i kupatilo će dobiti “ono nešto” što prostoru često nedostaje.

Dodir crno-belog sveta u kupatilu označava preokret u pogledu ukupnog stila uređenja, jer upravo ta kombinacija diktira celokupni stil prostora. To je spoj boja koji teško da se može uklopiti u neki “otkačeni” slobodni studentski stil uređenja. Crno-beli spoj boja označava jednostavnost. Reč je o minimalizmu i besprekornoj eleganciji. Od sitnih detalja,





u takav prostor dovoljno je staviti neki dekorativni predmet, jednostavne police i dobru rasvetu.

Postavlja se pitanje da li su tako uređena kupatila hladna? Nisu. Svakako, akose ne posveti dovoljno pažnje kompletnom uređenju prostora, moguć je i takav rezultat... Ipak, crno-beli stil uređenja nije uobičajen, pa je teško poverovati da će se neko samo tako odlučiti za takav izbor boja. Postoji veliki broj proizvođača koji danas nude crno-bele kolekcije nameštaja, umivaonika, ogledala, koje se jako lepo mogu uklopiti.

Naravno, ne mora biti samo reč o crno-belim keramičkim pločicama. Nešto zahtevnija, i svakako odvažnija odluka, je da se oboje zidovi u kupatilu. Time se otvaraju razne nove mogućnosti uređenja prostora u crno-belom stilu. Inspiracija za uređenje može biti ideja da se na crno obojeni zid postavi beli umivaonik sa ormarićem, bele police, ogledalo s belim drvenim rubovima, kao i poneki ukras, npr. bela vaza, veći kamen i sl. Kod ovakvog uređenja bitno je ne preterivati s detaljima i ukrasima (pogotovo ne šarenim) jer su u crno-belim prostorima takva eksperimentiranja zabranjena!





Keramičke pločice nisu jedini izbor za oblaganje zidova. Tako zid može biti crne boje. Danas se upravo ta boja sve više koristi u kupatilu, a razlog leži u činjenici što je ona znak jednostavnosti i elegancije, što su uostalom glavne karakteristike današnjeg kupatila!

O čemu sve treba voditi računa da bi se stvorila moderna i elegantna crno-bela atmosfera u kupatilu? Evo nekoliko stvari:

- **BOJA ZIDOVA:** treba spomenuti da crnu boju zidova odlično podnose veliki prostori i da se ona vrlo lepo “snalazi” u kupatilu, bez obzira na mnoge predrasude o njoj kao “mračnoj”, “ružnoj” ili “tužnoj”
- **KUPATILSKI ELEMENTI:** jednostavne i oštre linije elemenata su zaštitni znak elegantnih prostora
- **KUPATILSKI NAMEŠTAJ:** poželjno je da su ormarići svtlijih tonova
- **POLICE:** jednostavne i drvene mogu biti bele boje, a mogu biti i elegantne, staklene
- **OGLEDALO:** po mogućnosti sa naglašenim belim okvirom i adekvatnom rasvetom
- **DETALJI:** prikladna vaza, stočić, stolica ili sl.

Crno-belo kupatilo danas je zaštitni znak mnogih domova. Ono zrači elegancijom i skladnošću u kojoj se jednostavnost nametnula sama po sebi, kao nešto sasvim normalno i uobičajeno. To je kupatilo u kojem je prijatno provoditi vreme predviđeno za opuštanje...

Milica MANDIĆ ■

UMETNOST RUČNE IZRADE KNICKERBOKER

Luksuzno italijansko osvetljenje koje slavi slobodu
forme, materijala i inovacije...





Luigi Ranica je čovek koji stoji iza ideje Knikerboker italijanskog brenda, „ručno pravljenog umetničkog osvetljenja“, čiju je cilj kretati se slobodno kroz forme, materijale i inovacije.

Njihov jedinstveni koncept predstavljen je pažnjom koju ova kompanija posvećuje svojim projektima i kolekcijama, koji predstavljaju ideju svetlosti, komponujući izuzetne i jedinstvene svetlosne skulpture.

Refleksija i prelamanje kreiraju sugestivnu atmosferu koju karakteriše intrigantna elegancija, u čijim senkama, sjaju i sve-

tlosti možete pronaći prigodno rešenje za bilo koji enterijer. Pre nego što je započeo svoj nezavisnu misiju, Luigi Ranca je dosta vremena učio od majstora ovog zanata.

Ovo je bila njegova prva „predstava“ koja je 2000. godine pretvorena u „njegovu scenu“, na kojoj je on viđen kao protagonista u „solo hand made“ skulpturalnim performansima.

GRANCONFUSIONE kolekcija

KNIKERBOKER predstavlja stvorenja koja dolaze iz drugačijih svetova i graničnih oblasti među oblastima stvaralaštva:





Umetnost, moda i dizajn, spajaju se da stvore svetlosne skulpture gde su ivice zamagljene, kako bi nastali ogromni krugovi ili naizmenični konkavni i konveksni zakrivljeni oblici vrlo niskim uticajem na okolinu.

HUE projekat

Zavijen sam oko sebe tako da skoro formira svetleći cilindar, sa oba kraja okrenuta prema stubu, „Hue projekat“ koji je nedavno nastao u Knikerboker radionici, već je zabeležio veliki uspeh.

Skoro svilenkaste hromirane spojnice spajaju inovativne i neobične materijale, od crnog do hromiranog nikla, od zlata do

srebra, sa dodatkom potpuno belih elemenata, što je najnoviji trend koji obeležava najnovije Knikerboker kolekcije.

Gigi Ranica, tvorac Knikerboker brenda, je četrdesetogodišnjak sa snažnom kreativnom energijom. On je krenuo na šarmantno putovanje svetom rasvete nakon što je proveo mnogo godina u svetu mode. Iz ta dva različita i paralelna sveta stvorio je brak ideja koji ga je naveo da stvori "koncepte" koji će biti sposobni da tumače ideju "svetla"...

Marko ANTONIĆ ■

PRVI PIAGET ROSE DAY

Ruže govore univerzalnim jezikom koji otvara
sva vrata, bez truda i muke prelazi granice i
kontinente. . .

Na pomen reči ruža, srca zakucaju brže, botanisti se oduševljavaju, a mašta dizajnera se pali.

Maison Piaget odabrala je ružu kao svoj amblem i značenje pričanja jedinstvene priče. Ruže su uvek bile deo Yves Piagetovog života, kao i njegove kompanije. Kao istinske muze, ovi delikatni cvetovi pratili su i inspirisali kreacije ovog brenda. Kako Yves Piaget voli da se priseća u svojim memoarima: “Za mene, ruže su podsetnik na detinjstvo, a veoma dobro se sećam uzbuđenja ljubavi prema divljim cvetovima poznatim kao “sweet briar” odnosno Eglantine ruže, koje rastu u potpunoj slobodi, na visini od 1.100 metara”.

Od 1960-ih godina pa nadalje, njegov dragoceni motiv ruže obogatio je i ukrasio Piaget kolekcije satova i nakita sa svojim dijamantskim zlatnim laticama. Njegova ljubav prema ružama potvrđena je 1976. godine kada je postao deo žirija za Geneva International Competition of New Roses i pobedniku uručio zlatnu ružu, kreiranu u Piaget radionicama. Njegova strast prema ovom zapanjujućem cveću nagra-









đena je 1982. godine kada je pobjednička ruža takmičenja koju je uzgojio Meiland, nazvana Yves Piaget Rose. I tako je legenda rođena...

JEDINSTVENI DOGAĐAJ ZA JEDINSTVENU RUŽU

Kao odavanje pošte ovoj ruži i kolekciji nakita koju je inspirisala, prvi "Piaget Rose Day" održan je 13. juna 2013. godine. Proslavljen je širom sveta i najverovatnije će postati godišnja tradicija okupljanja ovog brenda. Potvrda proleća, oda ruži. Za ovu priliku, mnoge aktivnosti i događaji su organizovani i održani u Piaget buticima širom sveta ili drugim magičnim mestima. Ovaj specijalni dan u čast ove distinktivne ruže daje nam priliku da otkrijemo kolekcije koje je inspirisala. Skulpture, ažuri, čipke, pokretne, ekskluzivne, nežne, detinjaste ili glamurozne, ikonske kreacije nakita ovog brenda, uvek su privlačne, šarmantne i otvorene.

U PARIZU 13.JUNA...

Brend je pripremio brojna iznenađenja u svojim radnjama kako bi proslavili ovaj datum. Već je poznato da je ovaj dan, odnosno Piaget Rose Day, proslavljen privatnim koncertom Melody Gardot na Orangerie Ephemere at Jardin des Tuileries lokaciji u blizini Place Vendome. Melody Gardot, muza Piaget Rose kolekcije pevala je La Vie en Rose, pesmu koju je specijalno reinterpretirala za ovaj brend...

Darija JELINČIĆ ■

HUBLOT LETNJI NEON TREND ZA 2013.

Ovog leta, biće veoma teško odoleti primamljivim neonskim bojama. One su svuda i izazivaju veliku pažnju...

Cipele, majice, torbe, naočare i detalji u jarkim bojama, dodaće živahan element boja i zrak sunca vašoj garderobi.

Boje bombona na Big Bang satu iz Hublot-a su savršene za ove sunčane dane. Koje je njegovo ime? " Big Bang Black Fluo".

Dostupan u 4 različite verzije - plava, žuta, roze i zelena - u ograničenom tiražu od 250 numerisanih komada za svaku boju, prečnika 41 mm, Big Bang Black Fluo igra na potpuni kontrast između crne i jarkih neonskih boja.

Dragoceni komad, njegovo crno PVD kućište od čelika i crni brojčanik su postavljeni sa 430 crnih dijamanta ukupne težine 2.36 karata. Crna korona takođe zrači, popločana sa 36 divnih komada dragog kamenja: plavim safirima, žutim safirima, roze safirima ili cavoritima u zelenoj verziji. Unutar ovog sata nalazi se HUB4300 automatski hronograf sa datumom (prozor na 4:30). 278 komponenti uključujući i 37 rubina. Ima 28,800 Vib/h i 42-sata rezerve snage.





Ovo horološko umetničko delo je upareno sa sjajnim crnim kaišem od zmijske kože, koja je ušivena na crnu gumu sa odgovarajućim neonskim šavovima u plavoj, žutoj, roze ili zelenoj boji, u zavisnosti od verzije. Ovi satovi su vodootporni do 100 metara, jer, kako pe-sma kaže: "Devojke samo žele da se zabavljaju!"

KUĆIŠTE: Big Bang – 41 mm

Crni PVD tretirani čelik, sa 198 crnih dijamanta (1.12 karata)

KORONA: Crni PVD aluminijum sa crnim PVD titanijumskim šrafom
Sa 36 plavih, žutih ili roze safira, ili 36 cavorita za zelenu verziju

KRISTAL: Safirno staklo sa antirefleksnim premazom sa obe strane

KRUNICA: Crni PVD čelik sa crnim gumenim umetkom

DUGMIĆI: PVD čelik sa crnim gumenim umetkom

ZADNJA STRANA KUĆIŠTA: Otvorena, od čelika sa safirnim staklom

VODOOTPORAN: Do 100 metara

BROJČANIK: Crn sa 232 crna dijamanta težine 1.24 karata

INDIKATORI: Crni sa luminescentnim neon premazom u odgovarajućoj boji

MEAHANIZAM: HUB4300 mehanički automatski hronograf sa datumom

REZERVA SNAGE: Oko 42 sata

KAIŠ: Od zmijske kože, koja je ušivena na crnu gumu sa odgovarajućim neonskim šavovima

Vuk PETIJEVIĆ ■





LANVIN

PROLEĆE/LETO

2013

Modernizam i prefinjenost su izbori Lanvina za proleće/leto 2013...

Prelazak na mračnu stranu nikada nije bio ovako privlačan. Lanvin se pridružio drugim brojnim brendovima koji su se udaljili od jarkih boja u najvećem delu, zarad dominacije neutralnih tonova i predivnih klasičnih crno belih kombinacija. Misija Albera Elbaza za proleće/leto 2013 kolekciju je da pomogne i omogući damama da se osećaju kao zvezde. Sa ovim ciljem, igranje sa proporcijama i dodavanje glamuroznih detalja, kao i naglašavanjem seksipila, su sve ono što je potrebno, a ovaj brend je to uradio savršeno.

Preciznost je visoko cenjeni kvalitet koji se predivno oslikava kroz mnoštvo fantastičnih haljina sa geometrijskim izgledom. Visoka ramena se vraćaju, ali ne u pufnastom obliku, već kroz više futuristički prikaz. Ženstvenost nije okarakterisana suptilnošću, već smelošću i neprikosnovenom vibracijom sofisticiranosti. Šljokice, metalni elementi, su slobodno upotrebljavani sa ciljem postizanja snažnog efekta odmah na početku. Stil koji je svestan ženske siluete je jedna od najseksipilnijih alternativa koje postoje, i zbog toga ovakvih komada ima na pretek. Dobro definisane proporcije možda deluju muškobanjasto, ali dizajner ih često ublažava prediv-

nim detaljima sa mašnjama i luksuznim satenskim materijalima. Aksesoari poput "statement ogrlica", dodaju glamur. Ipak, pored naglašavanja upotrebe klasičnih kombinacija boja koje su neutralne, ovaj brend nije u potpunosti zapostavio boje. Color blocking stil je takođe upotrebljen.

Jednostavnost sa dodikom sofisticiranosti definitivno je najbolja opcija za sve žene koje traže outfit kojim će prikazati svoje čvrste stavove, što je ovaj dizajner i dokazao. Uprkos njegovoj dugoj vezi sa ovim brendom, još uvek ima nekoliko trikova u rukavu, uz pomoć kojih nas uvek drži u neizvesnosti.

Francuska modna kuća Lanvin je osnovana 1889. godine od strane Jeanne Lanvin, koja je sama šila haljine za svoju ćerku. Haljine su se dopale i drugim majkama, i tako je došla do ideje da svoju kreativnost i talenat na neki način unovči.

Za 30. rođendan svoje ćerke je želela da kreira parfem, koji će nju da simbolizuje. I tako, kuća Lanvin svoj prvi parfem izdaje 1927. godine, ni ne shvativši da su kreirali nešto nezaboravno i bezvremenski. Parfem se i danas proizvodi i koristi ga ceo svet.

Milica DROBNJAK JOVANOVIĆ ■





MERCEDES A KLASA

Novom A-Klasom Mercedes-Benz započinje novo poglavlje u segmentu kompaktnih vozila: izrazito dinamičan dizajn modela, moćni motori u rasponu od 80 kW (109 KS) do 155 kW (211 KS), izuzetno efikasan, sa emisijom izduvnih gasova od samo 98 g CO₂/km.

Novi model istovremeno naglašava činjenicu da za Mercedes-Benz bezbednost nije pitanje cene budući da standardna oprema, između ostalog, obuhvata sistem za prevenciju od sudara - COLLISION PREVENTION ASSIST koji se zasniva na radaru.

Već na prvi pogled, dizajn i dinamičnost su očigledne odlike nove A-Klase, i to, zbog načina na koji stoji na putu, budući da je čak do 160 milimetara niža od svog prethodnika. Radikalni novi dizajn koji je sa oduševljenjem prihvaćen nakon prvog pojavljivanja "Koncept-a A-Klase" je rigorozno primenjen na serijsku proizvodnju modela. Pojava nove A-Klase je odraz nove Mercedes-Benz strategije dizajna, čiji je rezultat klasičan dvovolumenski dizajn osobenog izraza, emotivna spoljašnjost sportskog izgleda i izuzetan osećaj vrhunskog kvaliteta u unutrašnjosti. Izražene ivice i moćno izvajane površine obeležavaju dizajn spoljašnjosti nove A-Klase. Neprestano poigravanje konkavnih i konveksnih







površina stvara karakterističnu igru svetlosti, naročito duž bočnih strana automobila, što doprinosi njegovom jedinstvenom izgledu.

Tipične odlike dugačkog, sportskog prednjeg dela su njegov naglašen V-oblik, odvojena prednja svetla, maska hladnjaka sa Mercedes zvezdom u sredini, dvostruke lamele sa obe strane zvezde, kao i dodatni dovodi za vazduh sa strane. „Silazna linija“ sa bočne strane se lagano utapa u prednji kraj vozila. Dizajn prednjih svetala, zajedno sa kon-

figuracijom svetlosnih funkcija je ključni element koncepta dizajna. Svetlosni moduli i LED svetla iza staklene maske prednjih svetala su raspoređeni tako da stvaraju „efekat svetlosnog snopa“ dnevnih svetala i pokazivača pravca.

Savršeno uzajamno dejstvo dinamičnog dizajna i odlične aerodinamike je najočigledniji na krovu koji odlikuju glatke površine i moćni zavoji. Silueta otkriva glatke, neprekidne linije koje se završavaju na ravnoj ivici. Krovni usmerivač vazduha zgodno sakriva sve antene i daje dodatnu sportsku notu i strukturu krovu.

U smislu kvaliteta unutrašnjost A-Klase predstavlja veliki korak unapred, kako u pogledu materijala tako i u pogledu doslednosti dizajna. Ostvarili smo oba cilja pomoću specifičnog dizajnerskog izraza i kroz izbor i kombinacije visokokvalitetnih materijala. Sve površine intarizije odlikuje galvanizovana završna obrada od „srebrnog hroma“, kojom se dobija originalna metalna površina sa „cool touch“ efektom. Završnoj obradi i detaljima je poklonjena velika pažnja, tako da izgledaju kao da su izliveni u jednom komadu.

A-Klasa je vozilo sa pet sedišta. Na sedištima u zadnjem delu vozila može da se smesti do tri putnika uprkos sportskom izgledu sa dva zasebna sedišta. Zapremina prtljažnika je 341 litar i zasniva se na VDA standardu. Kada preklopite naslon sedišta u zadnjem delu vozila zapremina se povećava na 1157 litara. U svim modelima naslon sedišta u zadnjem delu vozila je moguće zasebno preklopiti u razmeri 60:40. Širina prtljažnika između kućišta točkova iznosi 1050 mm.



Širok asortiman motora na benzin i dizel gorivo ima odgovor na svaki zahtev i dostiže nove visine u pogledu efikasnosti i ekološke kompatibilnosti: model A 180 CDI je prvi Mercedes-Benz automobile sa emisijom CO2 od samo 98 g po kilometru. Pored toga, A 220 CDI (dostupan od decembra 2012.) već ispunjava Euro 6 standard emisije izduvnih gasova koji stupa na snagu tek 2015. godine. Svi motori nove A-Klase su u standardnoj izvedbi opremljeni ECO start/stop funkcijom. Motori se mogu kombinovati sa novim manuelnim menjačem sa šest stepeni prenosa ili, kao dodatna oprema, sa 7G-DCT automatskim menjačem sa dvostrukim kvačilom - za optimalnu kombinaciju komfora i sportskog duha. Potrošnja goriva je smanjena za 35 procenata u odnosu na prethodne modele, a u stopu je prati značajno povećanje snage: to su osnovne odlike motora nove A-Klase.

Dodatnu mogućnost individualizacije pružaju tri dizajnerska paketa, dostupni za sve varijante motora. "Night package" dopunjuje linije opreme Style, Urban, i AMG Sport lines, kao i Sport model obiljem različitih dodataka...

Opširnije o novoj A Klasi na:

www.autoexclusive.rs

Ognjen RADIĆ ■





CHRIS CRAFT CARINA 21 GLISER

"Kad se spoje ljubav prema poslu i umeće, očekujte
genijalno delo." - John Ruskin

Kompanija koja se sada naziva Chris-Craft, je nastala u Point du Chene, u Algonac, u Mičigenu, gradiću na reci Clair.

Tu je Christopher Columbus Smith sagradio svoj prvi brod 1874., sa 13 godina. Kako je njegova reputacija graditelja brodova rasla, Chris se udružio sa svojim bratom Hankom 1881. započeo proizvodnju čamaca i stvorio porodični posao. Kako se potražnja za njihovim pouzdanim čamcima za ribolov povećavala, dvojac je započeo brzu gradnju brodova, možda stvarajući na taj način uslove da njihov rad ubuduće bude prepoznatljiv kao - graditelji "standardizovanih" motornih čamaca.

Chris-Craft ime je sinonim za brzinu i kvalitet izrade. Više od šezdeset godina, ova svetski poznata imperija, koju je





osnovao Christopher Columbus Smith, bila je lider u proizvodnji izletničkih brodova.

Christofera Smith je rodonačelnik američke standardizovane brodogradnje.

Duh 1920-ih, inspirisan Velikim Getsbijem, stvorio je novi, šest metara dugački motorni čamac "Chris-Craft Carina 21"...

"Chris-Craft" i njegov retro dizajn nastavljaju da zadivljuju svet nautike. Slavne ličnosti kao što su Dean Martin, Kathrine Hepburn, Frank Sinatra i Elvis Presley samo su neki od poznatih vlasnika njegovih plovila, a nedavno je čuveni proizvođač predstavio i svoj novi model pod nazivom "Carina 21".

Ovaj šest metara dugački motorni čamac poseduje vertikalni pramac i palubu od tikovine, a oklopljen je ispoliranim čelikom.





"Carina 21" gliser, koji može da primi do sedam putnika, dostupan je u nekoliko varijanti - morsko zelenoj, "Carolina" plavoj, "Riviera" crvenoj i crnoj metalik boji, a postoji takođe i nekoliko različitih opcija kad je pogon u pitanju, pošto je kupcima omogućen izbor između "Volvo Penta" i "Mercury" motora.

"Chris-Craft Carina 21" motorni čamac idealan je izbor za sve koji poseduju letnje vikendice na jezerima, a žele da provozaju porodicu i prijatelje ili, sa druge strane, za sve one koji više uživaju u sportovima na vodi.

Arhivu Chris-Craft Industries kupio je Pomorski muzej u Virdžiniji, SAD, 1986. godine. Sa arhivom koja obuhvata više od 350 linearnih metara zapisa, ova kolekcija se smatra jednom od najkompletnijih istorija jedne kompanije za brodogradnju. Kolekcija obuhvata sve modele koje je proizveo Chris-Craft od 1922. do 1980. i sastoji se od fotografija, specifikacija, kataloga, projekata i dr.

Biblioteka Pomorskog muzeja Univerziteta u Njuportu je ponosna što ima odgovornost održavanja nasleđa.





SPECIFIKACIJA:

DUŽINA: 21' 2" - 6.46 m

MASA: 2,913 lbs. - 1,321 kg

ŠIRINA: 7' 11" - 2.16 m

GAZ: 34" - 86 cm

REZERVOAR GORIVA: 34 gal. - 129 L

UGAO TRUPA: 18 stepeni

MOTOR: 1 x 260-hp Mercury 5.0 L ili Volvo Penta 5.0L GXiC
SX CAT 270HP

Jova SREĆO ■

GRČKA ZEMLJA STVORENA ZA UŽIVANJE

Decenijama unazad, Grčka je jedan od najčešćih izbora i najposećenijih letnjih destinacija među turistima iz Srbije i regiona...

Shodno tome, i turistička ponuda je svake godine sve raznovrsnija, a često se pojavljuje i dilema, da li letovati na kopnom delu ili na nekom od mnogobrojnih ostrva. Različite su preferencije turista, tako da ni za ovu dilemu ne postoji tačan odgovor, ali svakako možemo pomoći sa nekim predlozima, a na vama ostaje da se odlučite.

Grčka ima neverovatno srećnu okolnost da joj je obala veoma razuđena, sa mnoštvom ostrva, poluostrva i zaliva, što je više nego pogodno za razvoj turizma. Takođe, pogodna okolnost je što Grčka izlazi na čak tri mora, Jonsko, Egejsko i Mediteransko. Klima je veoma prijatna, mediteranska, sa blagim, vlažnim zimama i suvim, toplim letima. Definitivno postoje svi uslovi za razvoj turizma, što dokazuje i brojka od oko milion turista iz Srbije u 2012. godini.





Jedno od omiljenih delova Grčke za turiste jeste poluostrvo **HALKIDIKI**. Njegova glavna privredna grana je turizam, kao i sve prateće usluge koje ga prate. Čuvena tri prsta Kasandra, Sitonija i Atos.

KASANDRA poznatija kao “prvi prst” je najposećeniji deo Halkidikija. Dobila je ime po drevnom kralju Makedonije, Ka-

sandrosu. Dugačke peščane plaže i kristalno bistro, čisto i toplo more, pružaju sve uslove za divan odmor. Popularna mesta na ovom prstu su Hanioti, Pefkohori, Polihrono, Kalitea, Posidi, Sani i mnoga druga.

SITONIJA je središnji prst koji sa jedne strane gleda na Kasandru, a sa druge na Atos. U Sitoniji se nalazi ultra popu-





larno letovalište Neos Marmaras, sa svojim turističkim centrom Porto Karas. Na ovom prstu možete naći divne uvale, do kojih se ne može doći sa kopna već isključivo sa mora, tako da ih mnoge brodske ture uključuju u svoju ponudu.

ATOS je svakako najpoznatiji treći prst po čudesnoj Svetoj Gori. Sa svojih 20 manastira, Sveta Gora predstavlja najveće pravoslavno svetište. Iako je upravo Sveta Gora najznačajnija znamenitost Atosa, ovaj treći prst ima i idealne uslove za turizam, tako da možete naći sjajne hotele i uživati u svom odmoru.

Grčka ostrva su posebna priča. Ovde prednjači tradicija nad egzotikom. Istorija nad avanturom. Sa preko 3000 ostrva od koji je oko 140 naseljenih, svako propoveda svoju priču i ima svoj jedinstveni svet. Mnoga su svetski poznata, a mi ćemo izdvojiti naše favorite za leto 2013.

ZAKINTOS - ostrvo kornjača. Ova vrsta je zaštićena na ostrvu, tako da dobro pripazite na kojim plažama smete da postavite vaš suncobran, jer je na mnogima upravo zbog ovih divnih bića to zabranjeno. Najjužnije jonsko ostrvo sa idiličnim pejzažima važi za najsunčanije grčko ostrvo. Kombina-





cija borova i maslina, voćnjaka i vinograda sa jedne strane, i peščanih plaža, tirkiznog mora i magičnih uvala sa druge, pruža sve što od odmora očekujete.

LEFKADA – belo plava kombinacija. Ovo ostrvo se takođe nalazi u Jonskom moru, severoistočno od Kefalonije i južno od Krfa, a sa kopnom ga spaja pokretni most. Pesak na plažama i stene oko njih su upečatljivo bele boje, koje sa nestvarno plavim morem čine jednu simbiozu kakvu ćete retko pronaći. Čuli smo da Lefkadu nazivaju i sjajnom “uver-tirom za Maldive” i to svakako treba proveriti.

TASOS – smokve, masline i vino. Tasos je najsevernije ostrvo Egejskog arhipelaga koje je kroz vekove “prošlo kroz ruke” mnogih civilizacija da bi konačno zatvorilo krug i ostalo grčko. Na ovom ostrvu vlada gostoprimstvo kakvo ćete retko naći u turističkim mestima, a uz dobro vino brzo se sklapaju prijateljstva. Za svačiji ukus ima po nešto, romantične uvale i dugačke peščane plaže. Zovu ga i “šuma na vodi” jer obiluje bujnom vegetacijom, najviše borovim drvećem, ukusnim smokvama, kojih zaista ima na svakom koraku, kao i starim maslinama.

Miloš MASTILOVIĆ ■

OAZA NA JADRANU

HOTEL LONE DEFINIŠE UŽIVANJE NA MORU

Ušuškan u padinama drevnog grada Rovinja, Hotel Lone upotpunjuje bogatu istoriju prethodnih naselja na ovoj lokaciji, kao prvi dizajn hotel u Hrvatskoj...

Hotel Lone je design hotel sa pet zvezdica, smešten na jedinstvenoj lokaciji u neposrednoj blizini mora, okružen stogodišnjom mediteranskom park-šumom "Zlatni rt", tek nekoliko minuta šetnje do samog centra Rovinja. Zajedno sa hotelom Monte Mulini, Eden i Park, Lone čini deo ekskluzivne zone Cap Aureo.

Hrvatski arhitektonski studio "3LHD" dizajnirao je ovaj dizajn hotel. Reč je o objektu savremene arhitekture koji nudi veoma komforne hotelijerske programe, koji pored osnovnog uključuju i poslovne sadržaje.

Arhitekta su bili inspirisani finim linijama savremenih jahti, što se veoma lako može uočiti u blagim ivicama fasade, li-





nearnom pružanju elemenata i kontrastnom koloritu. Osnova hotela ima “Y” oblik, koji se pokazao kao najefikasniji u kreiranju nekoliko tipologija soba, gde cena boravka zavisi od lokacije same sobe. Obzirom na orijentaciju, sobe mogu imati pogled ka pučini, parku hotela ili ka stenama, ka kontinentu.

I mada to možda neće biti vidljivo na prvi pogled, jedinstveni prirodni pejzaž je uticao na ceo dizajnerski koncept u hotelu

Lone. Unutra, velika ogledala vise na zidovima u naizgled slučajnim razmacima, dopuštajući refleksije spoljašnjeg okruženja, uključujući i šumsko zelenilo i ambijentalno svetlo, koje ulazi u zgradu kroz velike staklene panele.

Plivalište ima tri bazena, površine 1000 kvadratnih metara, a ceo prostor odražava dizajn etos poliranog minimalizma hotela, koji je spojen sa sirovim izgledom prirode koja ga okružuje. Bazeni su podeljeni na Aqua Fun, Relax bazen i





plitak bazen za decu. Aqua Fun i Relax bazeni su povezani vodopadom i sadrže đakuzi, vodene masaže, gejzire, fontane i stazu za plivanje dužine 25 metara. Povišena visina okolne terase, podeljene na šest nivoa, nudi kupacima divan pogled na zaliv i hrvatsku obalu. Za vrhunsku relaksaciju, tu su i dve oblasti za masaže na otvorenom.

Uz dodatak novog otvorenog prostora, Hotel Lone takođe predstavlja i Restoran Oleander. Uživajte u laganoj

mediteranskoj kuhinji sa roštilja ili kamene peći dok pijuckate vino pod drvenom pergolom uz umirujuće zvuke povetarca.

Pored hotela smeštena je letnja pozornica koja se može koristiti za različite događaje, uključujući svirke bendova, plesne predstave i filmske noći. Iz ove perspektive gosti mogu uživati u lepoti Lone zaliva i njegove obale, koja se nalazi na svega 150 metara. Idealno smešten, Hotel Lone i





njegovi bogati sadržaji privlače jedinstvenom kombinacijom u kojoj se drevno stapa u savremeno.

Hotel Lone je prvi hrvatski član Design Hotels™ i otvoren je u leto 2011. u Rovinju na istarskom poluostrvu. Zahvaljujući svojoj lokaciji uz obalu svaka soba gleda na more ili park. Tri restorana, tri bara i noćni klub pozivaju na uživanje u kulinarskim čarolijama. Sa mediteranskim wellness centrom, dvoranom za 600 osoba i devet dodatnih konferencijskih sala sa najnovijom tehnologijom, hotel je savršen izbor, kako za odmor, tako i za poslovna putovanja.

Sonja BOŽOVIĆ ■





VILU REEF BEACH & SPA RESORT

Ukoliko ovog leta želite da pobegnute daleko, na obale kristalno čistog okeana prekrivene predivnim belim peskom i palmama, Maldivi su mesto za vas...

Tu se nalazi Vilu Reef Beach & Spa Resort, na ostrvu Nilandhe. Ovaj nagrađivani resort inače je lokalno poznat kao Bašta raja, zbog svoje posebne prirodne lepote. Do nje ga se može doći avionom, a nalazi se u hladovini kokosa i palmi, na predivno čistoj plaži. Ima ukupno 121 sobu sa pogledima na azurno plavu vodu, zaštićene lagune sa jedne strane i predivnog grebena sa druge, kao i predivan Spa centar.

Ovaj prostor je savršen za ljubitelje ronjenja, kao i za opuštanje i izležavanje, zaboravljanje na svakodnevne brige. Dostupne su serije usluga i prostora, poput restorana, barova, teretana, teniskih terena, odbojkaških terena, centara za sportove na vodi, infinity bazena i mnogo drugog.

U rizortu se nalazi SunSpa koji je je nazvan po životvornom suncu. Ovo je izvor energije, kao i sve što SunSpa nudi - večno svetlo sa obećanjem topline i mladalačke energije, koja se proteže kroz tretmane koji imaju za cilj da usklade telo, um i dušu.

SunSpa tretmani su dizajnirani da povrate ravnotežu i harmonizuju energiju, jer dovode goste na putovanje kroz ciklus prirode. U centru filozofije holističkog Spa su pet ele-

menata u prirodi : Drvo, Vatra, Metal, Zemlja i Voda, koja ima korene u kineskim tradicijama koje ih prepoznaju kao stalno promenljive entitete koji koegzistiraju u ciklusu promena i napredovanja.

Ovi elementi hrane jedni druge, ali oni takođe mogu da troše jedni druge, i u stanju ravnoteže protok energije između elemenata je tečan i cikličan. Kada su naši elementi van ravnoteže, rezultat se ogleda u nezdravoj koži i nedostatku





blagostanja za telo i um. Njihovi personalizovani tretmani su dizajnirani da isprave svaki disbalans elemenata, izazovu opuštanje i umirujuće, apsolutno blaženstvo, dok vas ostavljaju potpuno revitalizovane. Ajurveda tretmani obuhvataju tradiciju i rituale, prenošene kroz mnogo milenijuma, razvijene od strane drevnih mudraca i usavršene kroz bezbroj generacija. Ona uči da svaki pojedinac ima svoj jedinstven spoj tri suptilne energije ili duše: Vetar (vata), žuči (pita), i sluz (kapha). SunSpa ajurvedski tretmani rade na

usklađivanju ovih elemenata i promoviše fizičko, emocionalno i duhovno blagostanje.

Predsednički apartman je najbolja smeštajna jedinica na ovoj lokaciji, na samom kraju ostrva, gde se dva pešačka mosta spajaju. Ima najviši nivo privatnosti, fantastične panorame i celodnevnu uslugu batlera. Dnevna soba ima staklene zidove. Nameštaj je takođe odličan, sastoji se od ukrasnih jedinica i teak akcenata. Dodatno, sadrži dve ve-





like spavaće sobe, kuhinju i kupatilo. Na drvenoj platformi na dva nivoa su i dnevna soba, jacuzzi i privatni bazen. Do same lagune vas vodi predivno stepenište.

Mesto je zaista fantastično!

Dragana ČUPURDIJA ■

ROCHUS 1090 PROJEKAT

Kada su planirali ovu zgradu, napravili su veliki napor kako bi svi različiti zahtevi u projektu bili obuhvaćeni...

Dizajn: Söhne & Partner Architekten

Akustika: Jira Office

Dizajn rasvete: Illuminator

Statika: Brand Office

www.soehnepartner.com





Dakle, kada je opšta obnova na Bauernfeldplatz 1090 u Beču počela, bilo je važno da se povežu različiti nivoi i da se otvori restoran prema putu prostora u prvom planu.

Poseban element zgrade je izgrađen 1913.godine, kao i još uvek postojeća sunčana bašta. Umesto obustavljanja i napuštanja zbog oronulosti, odlučili su da ga rehabilituju. Otvaranjem portala za prozore od poda do plafona, sunčana bašta sada povezuje ne samo unutrašnji i spoljni prostor, već i različite nivoe zgrade.

Pre početka rekonstrukcije, sobe su bile nepovoljno organizovane u zgradi - kuhinja je bila na međuspratu, a gostinska soba je proterana u podrum. Čak je i stepenište bilo suviše staro i oronulo i nije pružalo nikakav prostor za jednostavni prolaz gostiju. Sa prepravljnjanjem stepeništa, postignuta je povezanost sva četiri nivoa (prizemlje sa podrumom i prizemljem sa međuspratu) i preuređivanje prostorija. Dakle, kuhinja je morala da se izmesti u podrum, a iz deča za seđenje u gostinskoj sobi se sada može uživati u pogledu na lep Bauernfeldplatz.





Raspored gostinske sobe je u obliku slova « U » oko samog jezgra zgrade. Ovo je probudilo ideju vizuelne dematerijalizacije upotrebom tamnog premaza i ogledala. Nasuprot tome, barovi i četiri kamina se posebno ističu u sobi sa zlatnim premazom površina.

Gostinska soba na mezaninu ne samo da nudi odvojene prostore za pušače i nepušače, ona je takođe postavljena

2,40 metra iznad puta. Po uklanjanjem paravana i postavljanjem prozora od poda do plafona, soba se ispunila svetlošću i vazduhom i otvorila se prema ulici.

Milena KOLARIĆ ■





ZEMLJE

VINA

ŠPANIJA

Španija je vrlo brdovita zemlja, a njen glavni grad, Madrid, najviša je evropska prestonica. Zbog tople klime i lepih plaža ovu zemlju svake godine poseti više od 50 miliona turista. Španija je tipična vinogradarska i vinarska zemlja, koja svojom proizvodnjom zauzima 3. mesto u svetu, iza Francuske i Italije. Površina pod vinogradima iznosi 1 235 000 ha.

U svetu je poznata po crnim, ekstraktnim i alkoholom bogatim vinima, a još više po proizvodnji desertnih i likerskih vina.

Španija proizvodi širok spektar belih, rosé i crvenih, penušavih, desertnih i likerskih vina, čemu doprinosi različitost agroekoloških uslova njenih vinorodnih područja i širok spektar autohtonih i uvedenih sorti grožđa.

Dugo vremena površinama svojih vinograda zauzimala je prvo mesto u svetu, s tom razlikom što je pre desetak i više godina (npr. od 1981. do 1985.) pod njenim vinogradima bilo 1.622.000 ha, a sada (tačnije 2001.) bilo ih je za oko 400.000 ha manje. Proizvodnjom od oko 55.000.000

dt grožđa (u razdoblju 1996.-2000.) pripada joj četvrto (iza Italije, Francuske i SAD), a proizvodnjom vina od oko 34.000.000 hl treće mesto u svetu.

SAD je veći proizvođač grožđa od Španije, jer proizvodi znatno više stonog grožđa, odnosno grožđa apyrena (grč.), zajednički naziv za sorte vinove loze sa bobicama u kojim nema semenki. Takve bezsemene sorte koriste se kao zobatice i u proizvodnji grožđica. Grožđice ponajviše

služe u pripremi kolača i ostalih poslastica. Najpoznatije sorte apyrena su korint crni i sultanina bela, koja se naziva i "thompson seedless". Uz navedene bezsemene pomenimo još i perlette bela, delight beli, smirna i rodi beli. Od novouzođenih najviše se šire one koje su dobili hibridizacijom i koji služe u proizvodnji grožđica.

Iako proizvede podjednaku količinu belih i ružocrvenih vina, u svetu je znaju po vrlo obojenim, ljubičasto-tamnocrvenim,





ekstraktnim i alkoholom bogatim vinima, a još više po proizvodnji desertnih i likerskih vina, kojih u ukupnoj proizvodnji ima čak oko 20%.

U Španiji, za koju mnogi neupućeni misle da je zemlja isključivo crnih vina, prema jednom ispitivanju starom petnaestak godina, najrasprostranjenija je bila (a verovatno je to ostala i sada) sorta belog grožđa airen (u svetu najrasprostranjenija sorta belog grožđa). U domovini nastanka (u Španiji) uzgaja se na 1/3 svih vinogradarskih površina (a to znači na oko 400.000 ha), i to najviše u središnjem delu zemlje (posebno u oblastima Mancha i Valdepenas).

Vinificira se odvojeno ili zajedno s crnim grožđem (tempranillo, kojeg ovdje zovu i cencibel), dajući i belim i rujnocrvenim vinima svežinu, voćnost i blagu aromatičnost.), jer je tada pokrivala skoro 1/3 ili, tačnije oko 28 % svih vinogradarskih površina. Drugo mesto prema tim podacima, sa tek oko pola od toga (14 %) držala je crna garnacha i visok sadržaj šećera u grožđu (oko 22%) iz kojeg se dobija vrlo jako, obojeno, puno i skladno crno vino, što je podstaklo vinogadare na sadnju ovog kultivara i u drugim vinorodnim krajevima (Kalifornija, Krim i sl.) (grenas). Od 20 pretežito autohtonih sorti kojima je oko 1980. godine bilo zasađeno više od 83 % vinogradarskih površina namenjenih proizvodnji vina, 13





ih je bilo belih (među kojima su se uz već navedeni airen nalazili i: maccabeu sa 3 %, pedro ximenez sa oko 2,1 %; palomino sa oko 1,75 %; garnacha blanca sa oko 1,5 %; moscatelle grano gordo sa oko 1,4 % i malvasia de Rioja sa oko 1,2 %). Od crnih, uz garnachu najrasprostranjenije su sorte "Monastrell" oko 6,7 %, bobal oko 5,6 % i četiri druge, manje poznate, sa 6,6 %, dok je onih preostalih 17 % ukupnih površina zasađeno velikim brojem belih i crnih, domaćih i uvezenih sorti.

Španija je zemlja maslina, pršuta, izvanrednih vina i plodova mora. Ako planirate da je posetite ovo ne smete propustiti da probate. Španija je i više od toga... Ovo je zemlja ponosnih i gostoljubivih ljudi, bogata ukusima i bojama života, zemlja u kojoj se jednom doživi, a večito pamti jedinstvena španska harmonija.

Nemanja LAKIĆ ■

SLEDEĆI BROJ
IZLAZI U SEPTEMBRU

VIDIMO SE
USKORO!

studio
MAGAZIN