

MOVEM
fashion

DRUGI
BROJ

NEWSLETTER

INTERVJU
*GWYNETH
PALTROW*

MODNI
EDITORIJAL
*Komadi kojima
nećete odoleti*

TREND OVI
PROLEĆE
2013.

LIFESTYLE
ČETRDESETE SU
NOVE DVADESETE



BOSS
HUGO BOSS

UVODNA REČ

PRIRODNO JE TEŽITI KA BOLJEM!

Tako smo i mi odlučili da našu priču o Movem Fashion Newsletter-u oplemenimo novim sadržajima, učinimo ga zanimljivijim i od njega napravimo vodič za negovanje jedinstvenog ukusa i stila. Čitajući ga, shvatite da su četrdesete godine nove dvadesete, da je vreme da promenite nešto u svom enterijeru, ali i da svakako ne treba da pustite nijedno naše dešavanje! Saznali smo bez kojih modnih komada ne može da zamisli život glumica Gvnet Paltrou, koja je zaštitno lice parfema BOSS NUIT. U društvu najboljih slikali smo naš modni editorijal "Novogodišnje pakovanje" u kojem vam dajemo predloge kako da nikoga ne ostavite ravnodušnim svojim stajlingom na poslovnom okupljanju ili glamuroznom prijemu. Najveće zadovoljstvo bilo je slikati naše kupce, u ulozi manekena. Njihova reč vredí više od milion naših.

ALEKSANDRA KOSANOVIĆ STRIŽAK,
direktorka Nova ComUNICATIONS-a

Kupovina u BOSS Store-u za mene je uvek avantura s neočekivanim ishodom. Svakog puta kada krenem, tamo napravim sama sa sobom strateški dogovor gde želim da se kupovina završi, ali mi se redovno dešava da krenem s idejom da mi treba neki neformalni komad, a završim s komadom za koji nisam ni slutila da mi treba... Divno iskustvo za svaku ženu. Pošto nosim sve linije brenda HUGO BOSS (i sve mi se dopadaju), ovo mi, u stvari, ne pada teško. Reč je o radnji koja je dušu dala za sve one koji ne vole šoping kao takav, jer im je sve idealno skockano na jednom mestu.

STEVAN PETROVIĆ, farmaceut:

Za mene BOSS Store je mesto u kojem vrhunski profesionalci, neverovatno stručni u svom poslu, posvećuju pažnju svakom klijentu. Znaju da prepoznaju ono što je svakom pojedincu zaista potrebno iz asortimana koji se nudi. Kompanija Movem Fashion je, za mene, lider u ovom segmentu tržišta za ceo region.

NATAŠA RAŠIĆ PESKAREVIĆ, stilistkinja:

Pošto sam od početka prijateljskim vezama povezana s HUGO BOSS-om, normalno je bilo da se malo više, privatno i profesionalno, udubim u njega. Mada sam imala dosta rezervi na početku, veoma brzo sam se oduševila ovim brendom. Kao profesionalac, prepoznajem taj kvalitet večnog komada koji se provlači kroz sve linije. Kao žena koja voli odeću shvatila sam da, iako volim da menjam ono što nosim, baš komadi koje sam nabavila u BOSS-u izdržavaju test vremena i postali su okosnica moje garderobe...

MANUELA STAMATOVIĆ, direktorka marketinga Erste Banke:
Kada pokušam da povežem dva brenda kao što su HUGO BOSS i Erste Banka, koji potiču iz dve potpuno različite industrije, onda bih želela da istaknem zajedničke atribute kao što su kvalitet, inovativnost i posvećenost. S aspekta marketinga, sličnosti između ova dva brenda vidim i u odgovornom pristupu klijentima i potrebi da se stalno unapređuje i razvija biznis da bi očekivanja i želje kupaca uvek bili ispunjeni i prevaziđeni.

Volim da posetim radnju HUGO BOSS, gde me uvek dočekaju mirna i prijatna atmosfera, uslužni zaposleni koji na svako pitanje ili zahtev odgovaraju s osmehom, a usluga je prilagođena meni i mojim potrebama. U Erste Banci u istoj meri vodimo računa o individualnom pristupu prema svakom klijentu jer želimo da usluga bude prilagođena njihovim individualnim potrebama i da se klijenti, kada dođu kod nas u banku, osećaju prijatno.

Danas je brend jak ako nas klijenti dalje preporučuju, ako su zadovoljni proizvodima i uslugom i ukoliko ostaju lojalni kompaniji. Mislim da je to nešto u čemu su i HUGO BOSS i Erste Banka veoma uspešni, što rezultati i pokazuju.

Ostanite sa nama do sledećeg izdanja

Vaš *Movem Fashion*



NASLOVNA STRANA: ON: odelo, košulja, leptir-mašna, cipele **BOSS Black**
ONA: haljina, cipele **BOSS Black**
FOTOGRAFIJA: Braca Nadeždić
STAJLING: Ašok Murti
ŠMINKA: Mina Abramović
FRIZURA: Durdica Ivanović Duka
MANEKENI: Olivera Z. i Bogdan @ Model scouting office

KREATIVNI TIM



Maja Čolić

CORPORATE
MARKETING
MANAGER



*Ašok
Murti*

BRAND
MANAGER



*Nina
Reljić*

RETAIL
MARKETING MANAGER

SADRŽAJ

6
TRENDОВИ

12
MODNI
EDITORIJAL

10
EVENT REPORT
III BOSS Store Beograd
Masters golf turnir

24
CANALI

26
LIFESTYLE
Dobro došli
u četrdesete

30
INTERVJU
Gwyneth Paltrow

28
ENTERIJER
Psihologija boja
u enterijeru

34
PRIVILEGE CLUB
Partneri



BOSS
HUGO BOSS

TREND REPORT



UMETNOST KONTRASTA

Ako želite da budete u toku sa sadašnjim trenutkom, obavezno je da za ovu sezonu nabavite komad koji na sebi ima bar dve snažno kontrastirane boje (ili tona, ako tako više volite)... Da li su u pitanju prugasta majica, blejzer u karo dezenu ili smelija jakna, ostaje prepušteno Vama...

SPORT I TRADICIJA

Neformalna garderoba je odavno prestala da bude prihvatljiva samo u trenucima dokolice. Tzv elegantno-neformalni stil postao je danas jedan od nosećih u korpusu poslovnih stilova. Medjutim, to je dovelo do toga da se danas neformalni stil ponovo okreće sopstvenoj tradiciji u potrazi za inspiracijom. Ovo je trend za one koji na ovaj način žele da se prisete sopstvene mladosti ali i za one koji su suviše mladi da bi bili deo istorije u kojoj su nastajali prepy i koledž stil. Naravno, sve ovo propušteno kroz rafinman 21. Veka...



KOLAŽ I DEKOLAŽ

Umetnost i umetničke tehnike su uvek zgodno mesto za posegnuti za inspiracijom ako Vam iste manjka. Medjutim, proleće i leto su doba godina kada ovakav trend dobija potpuni smisao... Dakle, izaberite neki komad sa jakim grafičkim printom koji ga imitira, ili, još bolje, neki koji u sebi ima elemente pačvorka.



PUTOVANJE, PUTOVANJE I PUTOVANJE...

Ako već stvarno ne možete da otputujete negde, odvedite sebe na neko mesto koje biste sami sebi poželili tako što ćete inspiraciju pronaći u onome što nosite na sebi... U vremenu kada smo svi, manje-više, postali nomadi, kosmopolitizam je postao nešto pod obavezno. Da li Vas inspiriše NY, LA ili Marakeš, svedjedno, savremeni čovek je najbliže tome da postane definicija perpetum mobila, a Hugo Boss da to prepozna...



BELO

Da se razumemo, proleće i leto ne mogu da se zamisle bez bele. Dakle, trend izvan trendova. Obavezno za dobro raspoloženje.

PEŠČANA PLAŽA

Ako je već putovanje središnja tema života savremene jedinke neko od tih putovanja sigurno ga mora odvesti i na neku destinaciju u koju su pesak i pešćane plaže sastavni deo pejzaža. Ako ne baš sve to, onda poneka palma, makar bila u saksiji...



ALFA ŽENKA (I NJEN PRATILAC)

Rafinirano poigravanje stereotipnim predstavama o muškom i ženskom principu uvek je prisutno u kolekcijama Hugo Boss-a. Početak 21. veka verovatno je najbolji momenat za to. A jedan od načina da ne pogrešite u izboru za predstojeću sezonu je ako odaberete dobro skrojeno odelo. Obavezno-za-imati!!!





DRUŽENJE ČLANOVA SRPSKE ASOCIJACIJE MENADŽERA SA MOVEM FASHION-OM

U priyatnom ambijentu BOSS Store-a, sredinom oktobra smo sa velikim zadovoljstvom ugodili članove Srpske asocijacije menadžera. Uživali smo u druženju i razgovoru sa njima, ali i naučili šta je imidžing, koje poruke se prenose stilom oblačenja, kako se obući za poslovni sastanak, a kako za neformalno druženje sa prijateljima. Imidžing je jedna od novih i najdinamičnijih oblasti kada se govori o stajlingu. U svom izlaganju „Kako do ličnog imidža“, naš brend menadžer, poznati stilista Ašok Murty, objasnio je da imidžing nije

samo moda već vrsta neverbalne komunikacije. Mada u bukvalnom prevodu sa engleskog jezika znači slika, imidž zapravo predstavlja skup svih naših karakteristika, utisak koji ostavljamo na druge ljude. On podrazumeva sve osim artikulisano govora. Imidž je često jači i značajniji od onog što govorimo, definiše nas kao individue i dolazi pre izgovorene reči. „Kada kreativno shvatimo odeću, ona prestaje da nosi nas i mi počinjemo da nosimo nju“, Ašokova je poruka o kojoj smo uz koktel diskutovali.



U težnji da za sebe uvek izaberu najkvalitetnije, naši gosti, odabrani članovi Srpske asocijacije menadžera, prepoznali su spoj Terra Divine i brenda Hugo Boss, kao deo svoje svakodnevice. Nakon završenog predavanja, na kom su imali prilike da čuju reči i savete našeg uvaženog stiliste, nastavili su da uživaju u vinima Antica i Cabernet Sauvignon od Roxanich-a, već dobro poznata po svom kvalitetu. Sa sigurnošću se može reci da je ukus ovih uspešnih ljudi, kada su vina u pitanju, podjednako dobar kao i ukus za poslovni outfit. Možda je upravo to tajna njihovog uspeha.

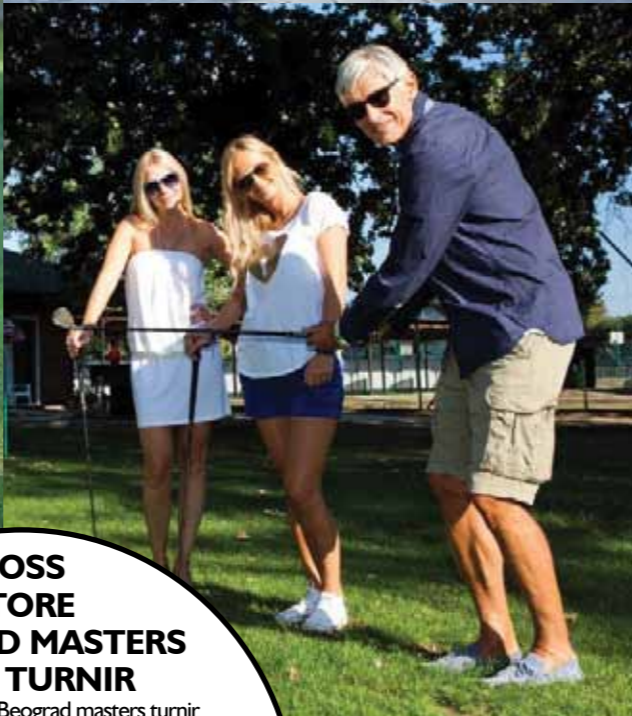
Kusur štednja Štednja koja raste pri svakoj kupovini



ERSTE BANK
Kod nas ste uvek prvi.

Davne 1819. godine, otvorili smo vrata prvom štednom ulogu i od tada konstantno težimo da štednja bude svima dostupna. Da li ste ikada pomislili da možete da štedite i dok trošite? Kusur štednja Vam omogućava da pri svakoj kupovini Erste karticama štedite u dinarima ili evrima, uz atraktivne kamate. Otvorite štedni račun i sami odlučite kako želite da štedite: u skladu sa Vašim mogućnostima odaberite procenat ili iznos od kupovine koji ćemo Vam automatski prebacivati na Vaš štedni račun. Kusur štednja - štednja koja raste pri svakoj kupovini!

EVENT REPORT



BOSS STORE BEOGRAD MASTERS GOLF TURNIR

Traci Boss Store Beograd masters turnir pamtićemo po divnom vremenu i još boljem druženju s našim dragim gostima. Dok su se na odličnim terenima Golf Kluba Beograd 62 golfera u dva dana borila da osvoje nagradu u svojim kategorijama, mnogi od nas uživali su u prirodi i nestrpljivo čekali rezultate. U A kategoriji prvo mesto zauzeo je mladi Sergej Stojiljković, u B grupi Ivica Suturović, a sveukupni pobednik turnira je gost iz Hrvatske Branimir Gudej. U kategoriji dama prva tri mesta zauzele su Dragana Raković, Danica Stevanović i Gordana Šolak. Svoju vještinu sa palicom oprobale su i mnoge poznate ličnosti.



FED KUP FINALE

Prvi put u istoriji, selekcija Srbije igrala je finale Svetske grupe Fed kupa u Pragu 3. i 4. novembra 2012. protiv reprezentacije Češke. Tim povodom organizovana je svečana večera "Championship dinner" kojoj su prisustvovala oba tima, predstavnici ITF-a, međunarodne teniske federacije, ali i visoki zvaničnici iz sveta sporta, politike, kulture i biznisa zemlje domaćina Fed kup tim Srbije: Ana Ivanović, Jelena Janković, Bojana Jovanovski, Aleksandra Krunic, sa svojim selektorom gospodinom Dejanom Vranešom izgledao je besprekorno. Njihov izbor bio je Hugo Boss.



Nina Reljić, 31
Retail Marketing Manager, Movem

Kako ja štedim?

Obzirom da radim u kompaniji Movem, koja zastupa neke od najpoznatijih svetskih modnih brendova i da unapred znam šta će se pojaviti u našim radnjama, nije mi lako da štedim. Izbor je veliki i kao svakoj drugoj ženi mnogo toga mi je baš „neophodno“.

Premda vodim računa o novcu, kada su cipele i haljine u pitanju dešavalo mi se da samo „zažmurim“ i provučem karticu. Kako ću uskoro postati mama, odlučila sam da okrenem drugi list i spojim lepo sa korisnim.

Iako ću sada znatno više kupovati za bebu, a manje za sebe, neće me gristi savest jer kad god budem nešto platila deo tog novca ići će pravo na Erste Kusur štednju – za mog sina.

Novogodišnje pakovanje

Kako da fenomenalno izgledate na svakoj zabavi, u klubu,
na žurci, poslovnom okupljanju ili glamuroznom prijemu

Fotograf: Braca Nadeždić

Stajling: Ašok Murti

Asistenti stiliste: Aleksandra Jakovljević, Danijela Jelenić

Šminka: Mina Abramović

Frizura: Đurđica Ivanović Đuka

Manekeni: Olivera Z. i Bogdan @ Model scouting office

Organizacija: Nikola Bošnjaković

Nakit: "City Fashion", Čika Ljubina II

ON: sako, košulja, pantalone **BOSS Orange**, kaiš **BOSS Black**, kravata **Canali**, pullover, cipele **BOSS Selection OVA**; kaput, suknja, čizme **BOSS Orange**, bluza, kaiš **BOSS Black**



Stevan Petrović: sako, košulja, leprir-mašna, cipele, kaiš **BOSS Black**, farmerke **BOSS Orange OVA**; blejzer, haljina, cipele, torba **BOSS Orange**

ON: sako, košulja, pantalone, leptir-mašina, kaiš **BOSS Black**, cipele, maramica **Canali ONA**; pulover, top, cipele **BOSS Black**, pantalone, kaiš **BOSS Orange**



ON: sako, pantalone, kaiš **BOSS Orange**, šal **BOSS Black**, pulover **BOSS Selection**, cipele **Canali ONA**; kožna jakna, farmerke, bluza, kaiš **BOSS Orange**, cipele **BOSS Black**

ON: sako, košulja, pantalone, kravata, **BOSS Black**, cipele **Canali** ONA: kožna suknja **BOSS Orange**, pulover, top, cipele **BOSS Black**



ON: sako, košulja, leprir-mašna, pantalone, kaiš, cipele **BOSS Black** Nataša Rašić, Peskarević: blejzer, pantalone **BOSS Orange**, top, cipele **BOSS Black**



ON: kaput **Canali**, košulja, leptri-mašina, maramica, pantalone, kasi, cipele **BOSS Black** Manuela Stamatović- blejzer, bluza, pantalone, torba, cipele **BOSS Black**, leptri-mašina **BOSS Selection**



ON: sako, košulja, kravata, pantalone, kasi **BOSS Black**, cipele **Canali** ONA: blejzer, top, pantalone, kasi, torba, cipele **BOSS Black**

CANALI



UMETNOST ŽIVLJENJA

Šta je to što razlikuje džentlmena od gospodina? Pre i iznad svega, to što jedan pravi džentlmen zna kako da od svoje svakodnevice napravi uživanje. Obično je ono na šta pomislimo kad govorimo o njegovim atributima svrstano u kategoriju statusnih simbola - dobar auto, dobar sat, eventualno dobro penkalo ili savršeno dizajnirani laptop. Međutim, oni prvi i pravi polaze od onoga što im je mnogo bliže - od odeće koju nose.

Ako se kvalitetan veš podrazumeva, sledeće što dolazi na red su svakako košulja i odelo, a zatim detalji kao što su kravate, pletenina, ešarpe i cipele. Nekada se ono što vidimo smatralo važnijim od onoga što to stvarno jeste. U slučaju dobro sašivenog odelo, iza kojeg stoji respektabilni brend, danas je gotovo nemoguće pronaći razliku u izradi. Nekada prezreni, konfekcijski pristup masovnoj izradi danas je toliko tehnološki usavršen da bi bilo neučtivo insistirati na genezi.

Ono što zaista čini razliku jeste odnos koji se razvija između onoga ko odelo nosi i samog odelo. I tu tradicionalno izrađena odeća, sašivena na način iz vremena pre nego što je nastupila poslednja industrijska revolucija, dobija potpuni smisao. Odelo sašiveno na tradicionalan način, ma kako on tehnološki bio usavršen, nosi u sebi kao genetski zapis svih onih malih „nepravilnosti“ koje neminovno proističu iz svakog procesa u kojim je ljudska ruka superiorna u odnosu na mašinu. U konačnom skorcu, te nepravilnosti ga čine unikatnim. Tog trenutka se uspostavlja poseban i ličan odnos između na ovaj način sašivenog odelo i onog koji ga nosi. Između njih se uspostavlja dijalog, a odelo se prilagođava onome ko ga je odenuo - što ga duže nosite ono postaje sve više vaše.

Dakle, ako prihvatamo činjenicu da je dobro odelo i danas obavezna stavka u garderobi muškarca koji želi da ga uzimaju za ozbiljno, ručno sašiveno odelo donosi i dodatni bonus koji se smešta negde između posedovanja neprikosnovenog osećaja za stil i posedovanja jakog karaktera i definisane individualnosti. Ovakvo odelo je ono što se slobodno može definisati kao funkcionalni hedonizam. A šta je to što dobijate u odelu koje je sašiveno na ovaj način?

Najfinija zanatska veština transformisana u uspešan biznis koja nikad nije napustila i zaboravila svoje korene. To je koncept krojenja za koji se zalaže Canali: tkanine superiornog kvaliteta, beskrajna briga za najfinije detalje i stalno obnavljanje stilova; kreativnosti i inovativnosti da bi se postiglo estet-

ska savršenstvo spremno za nošenje.

Garderoba koja se nosi za zadovoljstvom. Preciznost krojenja Canali odevnih predmeta se jasno vidi u detaljima, ali se najbolje može oceniti kad se nosi - tkanina pada vertikalno, ramena su ispunjena bez zatezanja, mekoća i gipkost su zagarantovani, a ugodnost dostiže svoj vrhunac.

Struktura sakoa, mantila i kaputa je najbolji dokaz elegancije i meke forme. Međumaterijali koji su napravljeni od vlakana kao što su kamilja i konjska dlaka, kao i materijal od koga je napravljeno odelo, spajani su ušivanjem, a ne međusobno lepljeni.

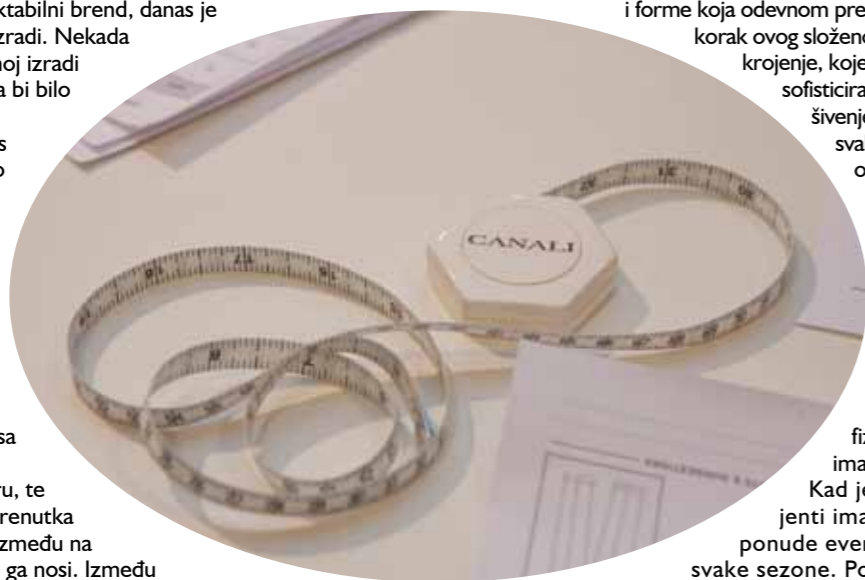
Na taj način unutrašnja struktura je dovedena do maksimalne elastičnosti, volumena i forme koja odevnom predmetu daje savršen osećaj nosivosti. Prvi korak ovog složenog procesa krojenja je savršeno precizno krojenje, koje obavljaju automatizovane mašine pomoću sofisticiranih tehnika, sve to praćeno veštini ručnim šivenjem. Ova krojačka veština omogućava da svaki odevni komad ima savršenu formu i odražava stil i eleganciju bez premeća.

Da bi se u potpunosti uživao kvalitet finog krojenja, Canali takođe nudi uslugu šivenja po meri svojim klijentima u Milanu, Londonu, Amsterdamu, Njujorku, Majamiju, Šangaju, Hong Kongu, Sidneju, na Beverli Hillsu a odnedavno i u Beogradu.

Stvaranje odelo šivenog po meri počinje odabirom modela koji najbolje odgovara fizikumu klijenta. U ovoj fazi ključnu ulogu ima vešto oko Canali krojača.

Kad je u pitanju odabir materijala, klijenti imaju priliku da biraju između klasičnih ponude evergrin dezena i 200 novih materijala svake sezone. Povrh tog širokog izbora, za one prave uživaoce mode, Canali krojač predlaže ekskluzivno svojim klijentima, superfine materijale kvaliteta 220's i 230's, koji su pre svega udobni i lagani za nošenje. Stvaranjem odelo šivenog po meri, klijent ima priliku da ponese odelo koje mu savršeno stoji. Svoju kreativnost može da iskaže i odabirom dugmadi i postave, a jedinstvenost odelo se obezbeđuje i personalizovanom ušivnom etiketom sa imenom klijenta.

Ukoliko preferirate eleganciju, strastveni ste pristalica luksuznog izgleda i želite da se odeća u potpunosti uklopi i savršeno odgovara vašem karakteru, usluga šivenja po meri vam je na raspolaganju dva puta godišnje, svakog proleća i jeseni. Sve informacije o CANALI „Made to Measure“ usluzi i mogućnosti zakazivanja ličnog termina, možete obaviti u MOVEM Fashion Store - SAVA CENTAR - Milentija Popovića 9 ili na telefone 011 3111 893 i 060 8121 062.



OGLAS CANALI

LIFESTYLE



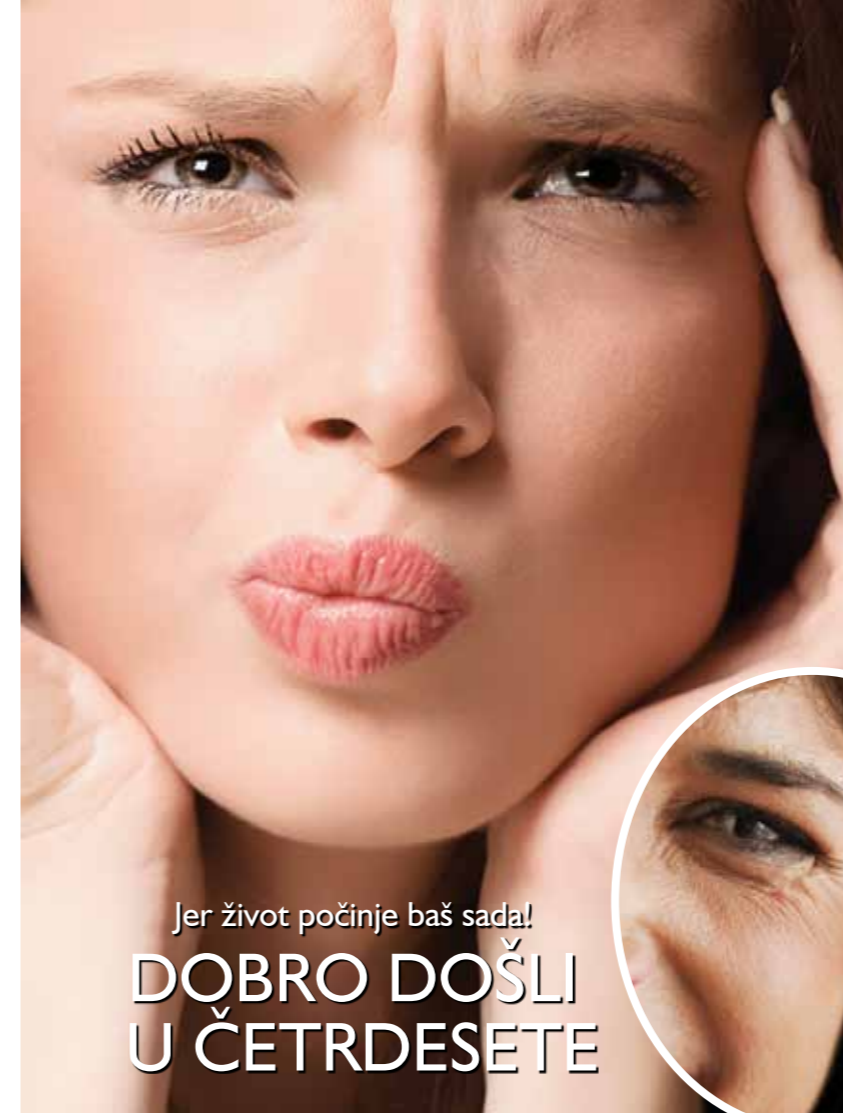
Verujte nam, izgledaćete savršeno!

TAMNE USNE PREKO DANA

Ovaj trend mami i one najkonzervativnije da svojim usnama dozvole da uživaju u tamnim nijansama ruževa sa modnih revija širom sveta. Ako ste svetlije puti, boje krvi sa prime-sama braon i ljubičaste će vam odlično stajati a ako vam je ten tamniji, hladni podtonovi teget i grimizne će vam dati misteriozan i sexy izgled.

Ukoliko ste mislili da ove ruževe ostavite za večernje odevne kombinacije, nećemo vam to dozvoliti! Uz belu bluzu i džins ili uz klasičan trenč vaše tamne i dramatične usne će biti sve što vam treba od detalja jer izbor klasičnih odevnih komada najbolje izgleda u kombinaciji sa tamnim karminom. Usudite se i obojite svoje usne!

www.sml.rs



Jer život počinje baš sada!
**DOBRO DOŠLI
U ČETRDESETE**

Lako je reći da su četrdesete nove dvadesete. Daleko je teže suočiti se sa činjenicom da više nikada nećete imati 20, te i da vaša razmišljanja o životu, ljudima, porodici i karijeri nikada više neće imati prizvuk mladalačke naivnosti. Ono što većina žena radi nakon što napuni velikih 40 jeste to da sebe posmatra kao staru gospođu, damu u godinama. Te iste žene zaboravljaju da nisu ni na pola puta, te da je taj životni put širom otvoren za novitete, avanture i planove. Samo zato ćemo posmatrati četrdesete kao nove dvadesete i pokušaćemo da vas nateramo da shvatite koliko ste zapravo mlade. Teško da iko ima pojma šta želi od života sa dvadeset. Psihološki posmatrano, sazrevanje traje do ulaska u treću deceniju, te su dvadesete posvećene eksperimentima, kraćim i dužim vezama, lažnim i pravim prijateljstvima, mešanju stilova i lošim frizurama. Zaboravimo na ono što smo učile kada smo bile deca, jer vremena se menjaju, a sa njima i ljudski organizam. Osim što sa 20 niste morale da provodite sate na pilatesu i oproštene su vam sve modne tragedije, prave spoznaje tek počinju. Tu negde oko tridesetog rođendana. Tridesete donose prave izazove, posebno ako pokušavate da zonglirate između beba, karijere i nasmejanog supruga. U tridesetim se uči, traže balans i više vremena. One su uvertira za te famozne i zastrašujuće četrdesete. Sa četrdeset ćete konačno upoznati sebe i ljude koji vas okružuju. Sa svim znanjima i iskustvima, ostaje vam samo jedno – da ostvarite svoje snove na koje ste ili zaboravili ili ih potisnuli tokom užurbanih tridesetih. Ne samo da sa 40 znate koja vam boja kose najbolje stoji, već ste svesniji svog tela, svog stila, imate omiljene muzičke izvođače, i što je najbitnije, nema više potrebe za udovoljavanjem. Uz samo malo truda neće vam pasti na pamet da žalite za dvadesetim.

Vremena ne samo da se menjaju već su se uveliko promenila.

Osvrnite se oko sebe, jer ćete prepoznati milione poznanika koji su sa velikih 40 započeli nove avanture, karijere, stekli nova poznanstva, naučili da istaknu svoje atribute, kako fizičke, tako i duhovne. Pođite od malih stvari, pođite od mode i odevanja. Sada je pravo vreme da se usudite da nosite crveni ruž, ako već ranije niste imale hrabrosti. Sada je vreme za sva ona odela u Chanel stilu, bilo da su suknje malo ispod ili malo iznad kolena. Vreme je da priuštite sebi dizajnersku torbu i komad nakita za kojim ste tokom odrastanja žudeli. Nosite dobro ukrojene komade odeće, istaknite svoje obline, uživajte u svojoj ženstvenosti i ne sakrivajte se iza sivih i crnih tonova. Nemojte da jurite za fontanom mladosti, već živite sada i ovde. Jer tek kada prođu četrdesete, shvatćete koliko ste zapravo bili mladi.

www.sml.rs



Kusur štednja



Pravila za nošenje nakita
**NEOPHODNI
DETALJI**

Da se na samom početku podsetimo da je upravo besmrtna Coco Chanel bila majstor teorije o neophodnosti kombinovanja originalnog i ekstravagantnog nakita sa jednostavnim i lineranim krojevima (setimo se samo male crne haljine sa dugim i bogato dekorisanim niskama bisera). Ipak, ako se malo bolje udubimo u njena estetska pravila, više nam je govorila o tome kako da na pravi način uklapamo nakit i kombinujemo ga sa stilom, poznavanjem prilika i potreba za istim.

Jedna od prvih, krucijalnih grešaka u interpretaciji ovog nasleđa je u preterivanju količinom nakita. Potrebno je veoma malo što u trenutku izgledate kao novogodišnja jelka, bez obzira na to da savremeni bonton i nije toliko rigorozan kao što je nekada bio. Samim tim određeni nakit pruža nove mogućnosti, ne limitirajući pritom povod, stil ili upotrebu. Ipak, treba biti pažljiv. Nekada je bilo pravilo da se dijamanti ne nose preko dana i nikada pre 40. godine života, dok su biseri bili potpuno zabranjeni u sportskim kombinacijama. Osuda okoline u kršenju

ovih pravila bila je vidljiva i preka u to vreme. Danas stvari stoje drugačije, mada treba imati u vidu da kako dijamanti tako i biseri treba da vam pripadaju a ne samo da ih posedujete, ako ste razumeli poentu. Ipak, ma kako danas bilo prihvatljivo da se na ulici i raznim situacijama vidi svašta, savet je da bi najbolje bilo nositi pažljivo biran nakit u skladu sa imidžom koji imate, formom lica i siluatom, jer će to biti znak dobrog ukusa i stila koji je autentičan i ličan. Tako je dobar izbor za neke večernje ili značajne prilike ne prosuti po sebi sve što imate u kutiji za nakit, već izabrati jedan ali vredan komad.

Savet plus - ukoliko niste engleska kraljica, nemojte nositi setove koji podrazumevaju velike minduše i raskošne ogrlice, nama običnim smrtnicima je svakako primereniji modni izraz: manje je više!

Uživajte u nakitu!

www.sml.rs

ENRICO COVERI

NOVI BREND U
MOVEM FASHION OUTLET-u!

FASHION PARK OUTLET CENTAR
Vojvode Putnika bb, 23320 Indija

ENTERIJER



PSIHOLOGIJA BOJA U ENTERIJERU



Okolinu u kojoj živimo jednostavno ne možemo zamisliti bez boja. Mračnu sobu boje optički čine svetlijom, manju većom, a dugačka prostorija može izgledati kraća...

Ima boja koje nas uznemiruju, a druge nas opet prijatno smiruju, jedne deluju toplo, a druge hladno. Boje nisu ugodne samo oku, koje ih vizuelno razaznaje, već prijatno ili neprijatno deluju i na naše mišljenje i osećanje.

Žuta se smatra najživljom bojom. Ona je poput sunca, puna života, prijatna je i deluje oslobađajuće. Žuto obojena mala prostorija izgleda optički veća. Prijatna je za okolinu, za veće površine u sobi, za zidne obloge i zavese. Najboje dolazi do izražaja na svetlucaj podlozi od svile ili satena. Pri kombinaciji žutih tonova možemo dobiti nezadovoljavajući krajnji rezultat ako je stavimo na neprikladnu podlogu.

Crvena se smatra uznemirujućom bojom. Ona nas aktivira i razvedruje naše osećaje. Može imati neverovatan učinak na velikim površinama. U mnogim nijansama crvena izražava šarm i eleganciju, dok tamniji tonovi simbolizuju ozbiljnost i dostojanstvo.

Upotreba crvene boje treba biti ograničena. Najčešće je odabiremo kada želimo nešto da naglasimo. Crvena može delovati i vrlo nametljivo, previše upadati u oči, naročito kad je na jeftinim materijalima i beznačajnim predmetima koji se tako ističu.



Kusur štednja

Zelena je najuravnoteženija boja. Na oči deluje smirujuće. Ona može biti vrlo nesvakidašnja, jer se njena paleta proteže od belozelene preko zelene boje lista, do plavozelene. Zelena je boja karakteristična boja za podloge. Plava boja izražava tamu. Ona je mračna i senovita boja. Simbolizuje hladnoću i beskonačnu dubinu mora ili neba. Deluje ozbiljno. Sobe sa zidnim tapetama plave boje izgledaju šire i hladnije. Svetloplava, boja neba, stvara utisak kao da se odmiče.

www.mojenterijer.rs



BOSS
HUGO BOSS



Oskarom nagrađivana glumica, uspešna pevačica, poznata modna ikona, autorka kuvara, preduzetnica, supruga i majka, oličenje današnje vredne i višestrano uspešne moderne žene - prirodan je izbor za lice BOSS Nuit Pour Femme

GWYNETH PALTROW

P: VI STE NOVO LICE BOSS NUIT POUR FEMME – PO VAŠEM MIŠLJENJU, KAKO PRIKAZUJETE BOSS ŽENU?

O: HUGO BOSS je veoma snažan brend, uspešna je kompanija i imaju stvarno odanog kupca. BOSS žena je osoba sa više lica – fokusirana je, stabilna, vredna, ali istovremeno potpuno ženstvena. Sviđa mi se ideja da žena može da bude sve to, i više. Ne morate da budete usmereni samo na karijeru, već možete da se igrate s decom kod kuće, na podu, budete ljubavnica svom mužu, kuvate i sređujete kuću. Možete da radite u bašti, a da istovremeno na poslu budete vrlo uspešni 'razbijate'. Sviđa mi se ideja o modernoj ženi koja je uspešna na sve strane, zato što mi i jesmo takve. Pomislila sam: „Odlično, i ja tako mislim.“ I zato je ovo bila dobra prilika za mene.

P: ŠTA MISLITE O NOVOM MIRISU BOSS NUIT POUR FEMME?

O: Stvarno mi se sviđa. Veoma je svež, nekako miriše na sreću i poletnu energiju... Istina je da miriše na iščekivanje noćnih sati. Čini me budnom, da tako kažem. Ženstven je ali i snažan.

P: OPIŠITE NAM PARFEM U TRI REČI.

O: Za mene je on cvetan, elegantan i nekako pun. **P: KOJIH SE SAVETA ZA LEPUTU APSOLUTNO PRIDRŽAVATE?**

O: Dovoljno sna, ljubav, vežbanje, voda – to je to. **P: KOJE KOMADE ODEĆE APSOLUTNO MORATE IMATI?**

O: Malu crnu haljinu i blejzer. Mislim da su zato i angažovali mene, zato što često nosim baš tu kombinaciju.

P: DA LI SMATRATE DA POSTOJI VEZA IZMEĐU PARFEMA, ŠMINKE I MODE?

O: Naravno – mislim da su sve to načini izražavanja za ženu, stvari koje joj pomažu da odluči kako da se predstavi svetu. Mislim da moda, šminka i miris čine upravo to. Pružaju priliku da izrazite sebe.

P: BEZ KOJIH MODNIH KOMADA ILI PROIZVODA ZA LEPUTU JEDNOSTAVNO NE MOŽETE DA ZAMISLITE ŽIVOT? NEŠTO ŠTO VAS NIKAD NE IZNEVERI.

O: Pa, svakako su tu mala crna haljina, ali i crni kombinizon – jednostavan je za nošenje, sve u jednom komadu. Kod mene je glavna lakoća nošenja, tako

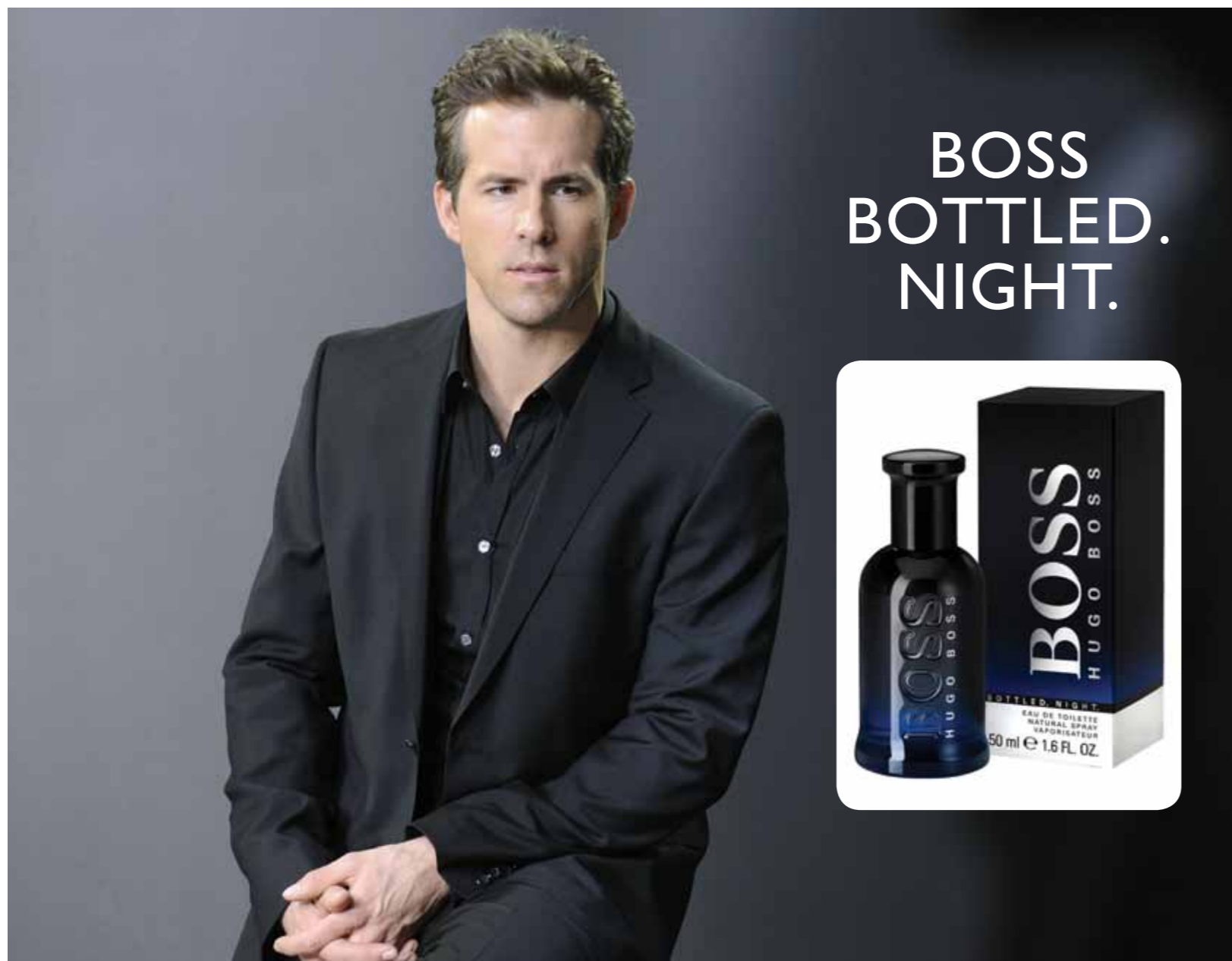
da mi se čini da sam oduvek bila nekako uniformisana. Uvek sam imala farmerke i blejzer u dnevnoj varijanti, a za veće haljinu ili nešto jednodelno. Dokle god je lako za nošenje, meni odgovara. Što se tiče lepote, moj ritual nege je veoma, veoma jednostavan – privatno ne koristim šminku zato što ne želim da je koristim, jedino bez čega ne mogu su hidratantna krema i maskara.

P: KAKO JE IZGLEDALO SNIMANJE REKLAME SA JORDAN SCOTT?

O: Mislim da je Jordan veoma talentovana, ima dobru moć vizuelizacije i tačno zna šta hoće. Sviđa mi se što sam radila sa ženom, to je bilo sjajno i veoma lepo iskustvo. Iako je snimanje trajalo danima, od jutra do mraka, bilo je nekako lako, puno pozitivne energije.

P: RECITE NAM NEŠTO O SVOJIM HOBIJIMA – ŠTA VOLITE DA RADITE KADA NE RADITE?

O: Volim da kuvam, mnogo vežbam i plešem. Kada vežbam, to mi je nekako poput hobija, isto važi za ples. Bavim se i unutrašnjom dekoracijom, volim te domaćinske stvari. I to je to – zapravo, samo za takve stvari imam dovoljno vremena.



APSOLUTNO MUŽEVAN



BOSS BOTTLED nesporno je ostvario jedan od najvećih uspeha na globalnom tržištu muških mirisa. Sa neverovatnih 60 miliona prodatih bočica od svog lansiranja 1998, i dalje je u top 10 najprodavanijih parfema i prava ikona u svetu mirisa. Čvrsto postavivši BOSS BOTTLED kao poslednji korak u svakodnevnom ritualu odevanja dinamičnih i ambicioznih muškaraca širom sveta, BOSS sada proširuje ponudu predstavljajući BOSS BOTTLED NIGHT. Sa globalnim lansiranjem u julu 2010, ovaj zavodljivi i apsolutno muževni miris kreiran je da pripremi muškarca za aktivnosti posle radnog vremena.

BOSS muškarac je usmeren na uspeh, poseduje takmičarski duh i nezaustavljivu ambiciju. Njegova svakodnevna priprema sastavni je deo lične potrage za uspehom, a BOSS BOTTLED nezaobilazni deo tog rituala. Novi BOSS BOTTLED NIGHT predodređen je da postane tajno oružje u arsenalu zavođenja BOSS muškarca, jer ga karakteriše intenzivno zavodljiva kompozicija odlučnih, aromatičnih gornjih nota u kombinaciji sa raskošnom drvenastom osnovom. Mekog, glatkog i sofisticiranog karaktera – često se opisuje kao miris koji utiče na povećanje samopouzdanja muškarca koji ga nosi, pružajući mu osobeni magnetizam koji privlači druge.

U prvom planu je kombinacija energičnih, zelenih i aromatičnih nota koje predvode list breze i kardamom, pri vrhu i u srcu mirisa, pomešani sa plemenitim drvinama i moćnim mošusnim notama u osnovi mirisa. BOSS BOTTLED NIGHT predstavlja mirisnu repliku bogatog i egzotičnog novog drveta, louro amarelo. U kombinaciji sa mošusnim notama i vešto isprepletan sa gornjim i srednjim notama, louro amarelo wood ističe kreaciju koja je nesporno muževna i neobjašnjivo očaravajuća.

Pakovanje prati isti ikonični dizajn koji odlikuje BOSS BOTTLED sa suptilnim ali osobenim dekorom koji odražava njegov zavodljiv imidž. Bočica od punog stakla naglašena je upadljivom gradacijom boje od tamnoplave nijanse u osnovi bočice do crnog metalnog poklopca sa srebrnom ivicom, dočaravajući misterioznu i opojnu atmosferu noći. Kutija poseduje crni fini visokog sjaja sa srebrnom štampom, a rezultat je izuzetno prestižan izgled pakovanja.

Glumac Ryan Reynolds, lice mirisa i zvezda TV i štampane reklamne kampanje, poseduje stil, harizmu i samouverenost koje ga čine prirodnim izborom za predstavljanje sofisticiranog i savremenog imidža brenda.

„Oduševljeni smo što saradujemo sa Ryanom kao licem BOSS BOTTLED NIGHT pošto on poseduje sve kvalitete BOSS muškarca – talentovan je, ambiciozan, ima stila i samopouzdanja – on je prototip modernog uspeha,“ kaže Thomas Burkhardt, globalni direktor marketinga za HUGO BOSS mirise.



hugoboss.com

BOSS
HUGO BOSS

MOVEM FASHION PRIVILEGE KLUB

MOVEM Fashion Privilege klub nastavlja da vredno radi kako bi ispunio vaša očekivanja i potrebe. Podsećamo još jednom na pogodnosti koje imate kod naših partnera, a ukoliko to već niste uradili, posetite i novi MOVEM website www.movem.rs i Facebook stranu www.facebook.com/Movem.Fashion.Belgrade ili se prijavite na Newsletter listu i prvi saznajte sve o brendovima koje zastupamo, najnovijim kolekcijama, kao i događajima i promocijama koje organizujemo.

HOTEL TOWNHOUSE 27

Townhouse 27
Maršala Birjuzova 56, Beograd
Tel. (+381 11) 20 22 900
www.townhouse27.com

Mogućnost rezervacije smeštaja u Hotel Townhouse 27 po posebnim korporativnim uslovima. Za detaljnije informacije kontaktirajte s *Movem Fashion* na telefon (+381 11) 311 14 37.



HOTEL BALKAN

Hotel Balkan
Prizrenska 2, Beograd
Tel. (+381 11) 36 36 000
www.balkanhotel.net

Mogućnost rezervacije smeštaja u Hotelu Balkan po posebnim korporativnim uslovima. Za detaljnije informacije kontaktirajte s *Movem Fashion* na telefon (+381 11) 311 14 37.



HOTEL CRYSTAL

Hotel Crystal
Internacionalnih brigada 9, Beograd
Tel. (+381 11) 71 51 000
www.crystalhotel.rs

10% popusta na usluge smeštaja, pića i korišćenja konferens sale u okviru Hotela Crystal.



CANTINA DE FRIDA

Cantina de Frida, Karađorđeva 2-4, Beograd, Tel. (+381 11) 21 81 107, www.cantinadefrida.com

10% popusta na celokupan račun u Cantina de Frida.



SPLAV RESTORAN ŽABAR

Splav – restoran Žabar, Kej oslobođenja bb, Zemun, Tel. (+ 381 11) 31 91 226, www.zabar.rs

Uz ručak gratis desert.



COTRUGLI BUSINESS SCHOOL

COTRUGLI Business School, Višegradska 27, Beograd, Tel. (+381 69) 11 90 903, (+381 69) 11 90 911, srdjan.tomasevic@cotrugli.eu, www.cotrugli.eu

Mogućnost prisustva na MBA predavanju u vrednosti od 1.800 EUR, besplatno.



MADLENIANUM

Opera i teatar Madlenianum, Glavna 32, Zemun, Tel. (+381 11) 316 27 17, www.madlenianum.rs

10% na sve predstave iz produkcije Opere i teatra Madlenianum.



THAI SPA

THAI SPA, Đorđa Stanojevića 9a, Belville, Beograd, Tel. (+381 11) 63 00 719, Uto - ned. 10:00 - 22:00

5%, 10% ili 15% popusta u zavisnosti od statusa u *MOVEM Fashion Privilege klubu*.



NIVEX

NIVEX ambulanta za fizikalnu terapiju, Bul. Arsenija Čarnojevića 86/ 2, stan 4, Novi Beograd, Tel. (+381 65) 33 35 253, www.nivex.co.rs

15% popusta na sve vrste masaža i 20% na sve vrste terapija.



ID HAIR ACADEMY

ID HAIR ACADEMY, Kneza Miloša 23, Beograd, Tel. (+381 11) 30 66 333, www.id-academy.com

10% popusta na sve vrste frizerskih usluga.



S&L WATCHES AND JEWELRY

JOKIĆ Jewellery&Watches, Knez Mihailova 32, Beograd, Tel. (+381 11) 65 55 645, slknez@s-l.co.rs

10% popusta na celokupan uvozni program S&L satova i nakita.



MOVEM TÖY

www.movemtoy.rs

MOVEM
fashion



BOSS
HUGO BOSS



CANALI



TRU TRUSSARDI

BOSS STORE BEOGRAD

ZMAJ JOVINA 18 / ČIKA LJUBINA 12
T/F: +381 11 2622 081
M: +381 60 8121 060

MOVEM FASHION

MULTIBRAND STORE
MILENTIJA POPOVIĆA 9 SAVA CENTAR
T/F: +381 11 3111 893
M: +381 60 8121 062
www.movem.rs
office@movem.co.rs