

NEWSLETTER⁰⁶

VIŠE OD TREND A

Princeze su se predomislile
Čitav život u torbi

KREATORI NOVE STVARNOSTI

Andrea Pompilio
Patricija Urkiola
Inez i Vinud

POKRET
JE U MODI
(moda je u pokretu)







BOSS
HUGO BOSS

S A D R Ž A J

CELEBRITIES

BOSS GLAMOUR
str. 8

DIREKTOR
Njegoslav Trifković

UREDNIK
Maja Čolić
maja.colic@movem.co.rs

IZVRŠNI UREDNIK
MODA
Ashok Murty
ashok.murty@movem.co.rs

ART DIREKTOR
Slavimir Stojanović
info@slavimir.com

MARKETING
Nina Reljić
nina.reljic@movem.co.rs
Nina Tarabar
nina.tarabar@movem.co.rs

FOTOGRAFI
Milica Mrvić
Jovana Mladenović
Jovana Rikalos

LEKTURA
I KOREKTURA
Ivana Vujnović

ŠTAMPA
Rotografika

KONTAKT
+381 11 3111 437
office@movem.co.rs



TREND ILI POTREBA
ŽIVOT U TORBI
str. 10

BOSS WOMAN
BRIGHT INTERRUPTION,
BOLD STANCE
str. 11

POSEBNE...
ŽENE HEROJI
str. 20

ASHOK MURTY
BELA KOŠULJA
str. 22

BOSS MAN
SOFT SHARPNESS
str. 24

SKORO PA VENČANI
DA LI SU SE PRINCEZE
PREDOMISLILE?
str. 20

CANALI
OLD AND NEW, ALL AT ONCE
str. 34

PATRICIJA URKIOLA
PRVA DAMA SVETSKOG DIZAJNA
str. 36

SLAVIMIR STOJANOVIĆ
POMPEZNI MINIMALIZAM
str. 38

BOSS ORANGE
GIRL INTERRUPTED
str. 46

KOFITIVITI
JESTE ZARAZNO, ALI NIJE OPASNO!
str. 54

FOTOGRAFI
INEZ & VINOOTH
str. 60





BOSS
HUGO BOSS

U V O D N A R E Ć



Spektakularne promene! Ako govorimo o estetici i biznis-filozofiji, to su definitivno reči koje obeležavaju aktuelni trenutak brenda Hugo Boss, posebno kada se govori o ženskim linijama. Kao oficijalni franšizni partner, ni mi na tu lepu zarazu nismo ostali imuni. Kada kažemo mi, mislimo kako na sve one koji rade na tome da do vas dodu jedinstveni komadi ovog nemačkog brenda No. 1, tako i na redakciju koja je spremala izdanje koje je pred vama.

Prošli smo na tom putu kroz razne faze: preispitivanja, introspekcije, planiranja, prepravljanja, kreacije, doterivanja... A svaku su pratili sati i sati rada, rada i samo rada. Sada je ostalo samo da se nadamo da smo se rezultatom bar malo približili savršenstvu modnih komada koji izlaze

iz Hugo Boss radnji i suvereno vladaju ulicama, žurkama, kancelarijama. U fazi introspekcije zaronili smo duboko u aktuelni trenutak života žena u svetu i Srbiji. Naša draga saradnica novinarka Svetlana Preradović bavila se ženskim i životnim temama, na svoj, specifični način. Sigurni smo da ćete se u njima pronaći i uživati čitajući ih.

U fazi kreacije dominirali su mladi fotografi, učesnici projekta New Wave, koji su svojim editorijalima dočarali duh brendova Hugo Boss, Canali, Trussardi, JOOP, Enrico Coveri, Soldini. Produkt te faze, i nikako slučajan, jeste intervju sa g. Slavimirom Stojanovićem, čovekom koji je zaslužan za promenu našeg ruha, imidža, pojavnog oblika – nazovite ga

kako god, ali mi ga obožavamo!

A moda? Moda, moda, moda! Ulepša svaki dan, oraspoloži nas, ona je naše najjače oružje. Uživamo u novim trendovima, razmatramo prve naznake zimskih kolekcija i mislimo stalno kako da vas ponovo obradujemo, ugostimo, da se u našem društvu osećate kao sa svojima, kao kod kuće.

Jer, mi imamo divne saradnike, kompanije i klijente sa kojima smo kompatibilni, ne samo u načinu poslovanja, već i po srcu i duši. Njihovo prisustvo u ovom broju oplemenilo je sadržaj i pokazalo pravilo da su slične filozofije i iskreni pristup jedini imenitelji za uspeh.

Uživajte!

A fashion advertisement featuring a woman with blonde hair and bangs, wearing a light beige trench coat with a belt. She is holding a large, teal-colored leather handbag with gold-toned hardware and a small matching pouch. Her right hand is raised to her mouth in a 'shushing' gesture. The background is a plain, light color.

BOSS
HUGO BOSS

BOSS GLAMOUR

Javne ličnosti mogu izabrati dva koncepta za svoju pojavu - prvi, kad ih pamte po onome što su obukle, i drugi, kada ono što nose izgleda tako odabранo da se čini kao jedino moguće. Nasumični izbor zvezda koje su uvek birale potonje pokazuje da im je u tome neizbežni saveznik uvek bio HUGO BOSS. HUGO BOSS koji je danas sasvim sigurno sinonim za nepretencioznu i nemetljivu luksuznu eleganciju.



5



1



2



3



6



4

- 1. Julianne Moore
- 2. Kevin Spacey
- 3. Pippa Middleton
- 4. Dakota Johnson
- 5. Charlie Siem
- 6. Josh Duhamel
i Liam Hemsworth



Vaša zlatna privilegija. Premium tekući račun.

Sa **Erste Premium tekućim računom** na raspolaganju su vam povoljnosti: **besplatno osiguranje** po vašem izboru, **podizanje novca bez naknade** na svim bankomatima u zemlji, **besplatne usluge NetBanking-a i mBanking-a**, **povlašćeni kurs** pri zamjeni deviza i još mnogo drugih povlastica. Za više informacija posetite stranicu www.erstebank.rs.



Nama ste uvek prvi.



S V E T L A N A P R E R A D O V I Ć

T R E N D I L I P O T R E B A

ŽIVOT U TORBI



Prebrojavanje aksesora sa torbom kao zajedničkim imenom u svakodnevnom stajlingu žena otkriva više o njihovoj svakodnevici nego bilo koja modna revija, magazin, istraživanje ili životna isповест

Ovo nije modna tema. Ovo je tekst o multirpraktik načinu života žena koji se toliko zahuktao da preti da im svakodnevici bukvalno pretvori u pokretnu traku. Onu s aerodroma. Sa sve povremenim trčanjem po istoj kada brzina ne zadovoljava potrebe, ciljeve, rokove i ostale korbače savremenog načina bitisanja.

Verovatno ste mnogo puta do sada čuli teorije o nežnijem kao superiornjem polu, multitasking sposobnjem, prirodno organizovanijem... Sva ta istraživanja i ankete potkrepljene brojkama (što u pogledu rezultata, što u pogledu uloženog novca) mogle bi se izbeći da su se naučnici i istraživači samo malo bolje zagledali i prebrojali torbe, tašne, cegere, nesesere... koje u bilo kojem gradu na kugli zemaljskoj sa sobom svakog dana nose savremene dame. Pa da počnemo.

Torba broj jedan - tašna sa ličnim stvarima.

Menja se svakodnevno ili sezonski, a obavezno teži nekoliko kilograma. Sadrži, pre svega, najmanje jedan ili dva mobilna telefona posredstvom kojih pomenuta dama: ugovara sastanke i druge poslovne detalje sa partnerima i kolegama, zakazuje termine kod lekara dečjeg/svog/majčinog/očevog, dogovara majstora za auto ili pokvarenu slavinu, rezerviše putovanja/hotele/restorane, proverava gde i kako su joj roditelji/deca/prijatelji... Način na koji to radi takođe postaje sve kompleksniji: telefonskim vezama, SMS-om, e-mailom, FB-om, Viberom, What's Up-om... Ista shizofrenija važi i za novčanik, drugu na spisku obaveznih stvari u torbi broj jedan, koji u najkraćem sadrži: platne kartice – da li je istekao datum, koliko novca ima na računu, trebalo bi svratiti do bankomata da se podigne novac..., vizit-karte klijenata, saradnika, majstora, salona, lična dokumenta – saobraćajna od ličnog i/ili poslovnog auta, vozačka, lična karta, zdravstvene knjižice, njene i eventualno dečje, nikada se ne zna...

Onda na red dolaze ključevi: od kancelarije ili fioke u kancelariji, od kuće, ulaznih vrata (sve češće dva ili tri!), sandučića za poštu, auta ličnog ili...

Mogli bismo ovako do sutra. Umesto toga, samo ćemo se zapitati kako je uopšte nastala i zašto je postala toliko popularna tašna zvana ceger?

Torba broj dva - poslovna, akten-tašna ili torba za laptop.

U toj, ništa manje gabaritnoj stvari okačenoj o rame tog (najčešće) krhkog stvorenja, često nailazite i na kombinaciju laptopa, iPad-a ili tablet-a i dokumenata potrebnih za posao. Kao obavezan detalj ova torba ustoličila se od kada se poslovanje toliko ubrzalo da se podrazumeva da na mejl koji je stigao posle radnog vremena odgovorite posle radnog vremena! Da li je to 18.00 ili 23.00 h – koga to zanima? Šefa? Klijenta? Ne. Naći će

drugog radnika ili poslovnog partnera koji savesnije ispunjava svoje obaveze. Verovatno za niži honorar. Uvek je niži. I sve je niži.

Torba broj tri – neseser ili torbica za kozmetiku i šminku.

Ranije je to mogao biti i torbičak veličine, recimo, deset puta pet centimetara. Sada to su oooooozbiljne torbe. Jesu li žene postale opsednutije svojim izgledom pa im puder za matiranje i ruž nisu dovoljni? Jesu. Kako i ne bi s obzirom na to kakvi im se uzori plasiraju u medijima, filmovima, katalozima. Ali, neseser nije porastao samo zbog toga. Dan jedne žene, i to ne samo onaj zvanično radni, sada traje mnoooogoo duže, a takav maratonski poduhvat zahteva, u najamanju ruku, i vlažne maramice, i dezodorans, i parfem, i maskaru (ako se razmaže), ako ne i gel za tuširanje i mleko ili losion za telo. Ako mislite da je to pretarano, probajte da bez svega toga sprovedete onaj toliko puta ponovljeni recept da je vežbanje najefikasnije ujutro pre odlaska na posao. O tome da je najčešće tada jedino i moguće ugurati ga u dan, da ne pričamo.

Torba broj četiri - ranac za ostale potrepštine.

Možda (zbog ovog "ostale") zvuči suvišno. Ali, definitivno nije. Ukoliko dama koja je predmet ove priče ima decu, u tom rancu su obuća i presvlaka za obdanište ili odlazak u park, knjiga koju je dete zaboravilo pa će mu doturiti u toku dana, roleri ili lopta jer poslepodne idu direktno u park (dok još ima sunca)... Ako nema, tu može biti kutija za ručak koji će uzeti u restoranu i pojesti na poslu ili od mame jer danas radi prekovremeno (šta to uopšte znači u kontekstu savremenog života).

U svakom slučaju, ovo je mesto i za: poklon za drugaričin rođendan koji nosi već danima jer tog dana neće stići da ga kupi, knjiga koju bi trebalo da vратi u biblioteku ili pantalone koje je greškom pazarila pa ih vraća u prodavnici ili nosi kod šnajderke na prepravku, mikser koji je pokupila sa popravke, mamin merač za pritisak koji nosi tetki što živi sama... Cipele na štiklu i univerzalna haljina (ili samo nakit) koji njen dnevni izgled instant pretvaraju u večernju toaletu – podrazumevaju se. Nikada se ne zna da li će uskočiti neka poslovna večera ili će onaj čiji poziv očekuje već neko vreme baš danas pozvati.

Torba broj pet – ceger za namirnice.

Nema tu mnogo šta da se priča. Da se jede – mora, a frižider se neće napuniti sam. (Šta rade ti naučnici?) O eventualnim pitanjima tipa zašto to mora da radi ona, a ne on bolje da ne raspravljamo. Svaka žena zna da muškarci kupuju po spisku koji je napravila ona, te da čak i najbolji šopingmagovci kupovinu nikada ne obave odjednom. Svakog dana nešto zafali.

Torba broj šest – sportska. Mnogi bi rekli da ova torba ne pripada obaveznom

nabranju. Ok. Možda. Ne vežbaju, nažalost, sve žene. Ali, da li je baš tako lako precrtatiti je ako se vratimo na uzore navedene pod tačkom tri? Pa onda još uzmem u obzir da se stres/menopauza/sedenje u kancelariji ili stajanje na nogama/maratonski dani... apsolutno lakše podnose sa zategnutim stomakom, ojačanom kićmom, uravnoteženim hormonima?

Ili da se, još direktnije, zapitamo kako sve te torbe uopšte može da nosi neko ko nije u ozbiljnog treningu?♦





BRIGHT

INTERRUPTION,

BOLD

STANCE





—

—

—









Fotograf: Milica Mrvić
Asistenti fotografa: Mina Šarenac i Marko Mrvić

Šminka: Marta

Frizura: Aleksandar @ ID Hair Academy

Modni urednik: Ashok Murty

Stilista: Alisa Janković

Asistent stiliste: Marija Ulić

Produkcija: Maja Čolić

Organizacija: Nina Tarabar

Manekenke: Milica @fs click, Olga i Jovana@ Model Scouting Office



ŽENE HEROJI



Nemamo ništa protiv poklanjanja karanfila ili načelno cveća kada je o obeležavanju 8. marta reč. Štaviše, dobrodošli su svakog dana. Ali, i ove godine, povodom Dana žena, uz podrazumevajuće znake pažnje, odlučili smo da odabranim damama poklonimo, pre svega, prepoznavanje njihove izuzetnosti. Damama za koje smatramo da su svojim likom i delom postale primer i uzor, pritom srušivši sve arhetipove o polu uvrežene u našem društву, dodelili smo titulu Žena heroina i još jednom u divnom društvu uz čaroban ukus kolača iz radionice Tintolino Family, specijalnu selekciju iz Vinarije Jokić i neizostavnu čašu Baileysa proslavili dan posvećen svim ženama sveta. Verujemo da će se složiti sa našim izborom Žena heroina koje su svojim porukama povodom prijema nagrade samo potvrdile da isticanje izuzetnosti jedne od njih znači potvrdu izuzetnosti svih žena na svetu.

ANITA MANČIĆ, glumica

Postoje dramske umetnice koje podrazumevamo u dobrim predstavama i filmovima koji nisu laci za gledanje. One imaju dar da odigraju delice naše svakodnevice, da onim momentima koji su objektivno teški daju pečat poetičnosti. Kao da imate

tumača koji Umetnosti objašnjava da nikako ne može biti smislena bez Života. Ovakve glumice lepotu nose negde duboko unutar sebe. Na njihovim licima se, međutim, vidi da sa nama, običnim smrtnicima, dele i muku i radost. Da su, ukratko, naše i da je za njih gluma samo način da svemu daju smisao.

Biti izvođač kalibra Anite Mančić je, da zaključimo, već umetnost po sebi. Raditi svoj posao sa punom sveštu da tumačite ono što je i gledaocu pred kojim stojite teško da prihvati kao sopstveni smisao, da ga sve vreme terate da samom sebi gleda u dušu i oči, velika je veština. A, posebno u zemlji Srbiji.

JELENA BULATOVIĆ,

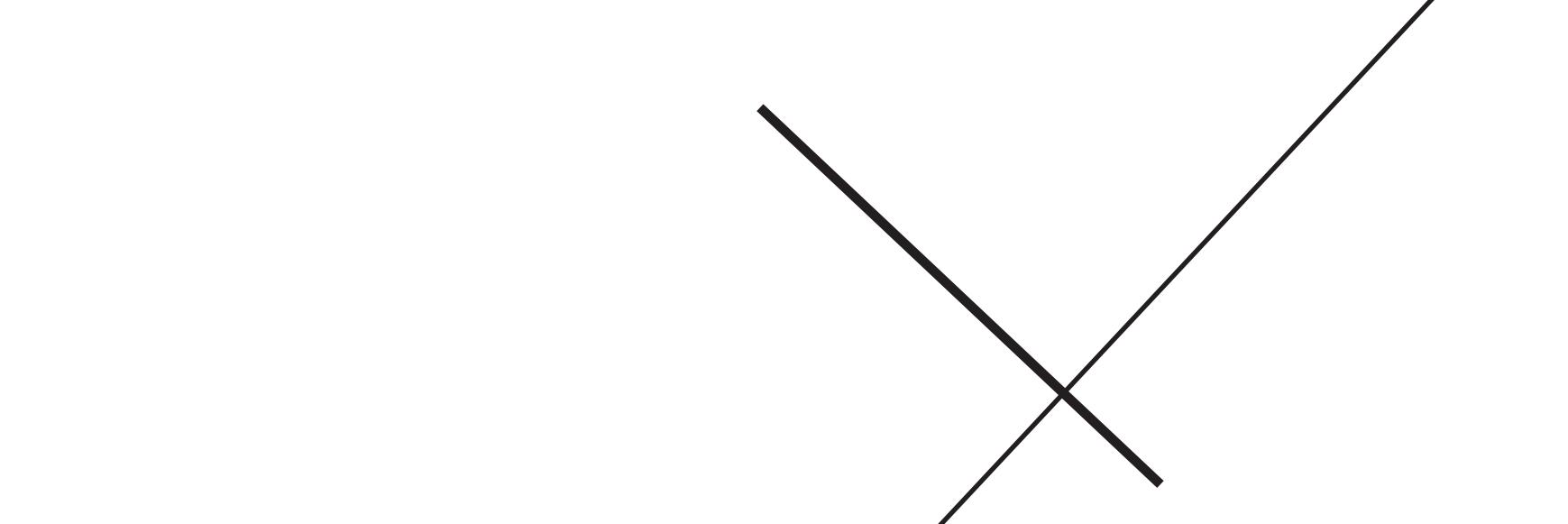
izvršna direktorka SAM-a Titula menadžera u Srbiji uglavnom priziva sliku osobe koja u datom trenutku radi pet stvari odjednom (uz podrazumevanu dramu, naravno), i to stvari koje neupućenom posmatraču (sa pravom) izgledaju sasvim suvišno. Ako ne znate kako da opišete ono čime se bavite, najbolje je da prikačite titulu menadžera ispred i, gle, vaš život ima sasvim novi smisao!

Jelena Bulatović je, međutim, sve suprotno

od toga. Ako bi u menadžmentu postojao opis onoga što, u stvari, Jelena radi, to bi se zvalo "biznis diplomacija". Međutim, pošto zanimanje pod tim imenom ne postoji, preostaje nam da, u nekom narednom momenatu, nadležnima dostavimo taj predlog. Čime je Jelena definisala ovu titulu koja bi tek trebalo da se rodi? Pre svega time što svako ko se nađe u prilici da sa njom razgovara, oseti kako je centar njenog apsolutnog interesovanja. Zatim, načinom na koji ume da sluša i osluškuje, time što je istovremeno medijator i lider, što diskretno i nenametljivo nudi mala rešenja za velike probleme... Na kraju priče, ona nekako uvek učini da se osetite zadovoljni samim sobom i da zbog toga postanete mnogo bolji u onome što radite. To je, u suštini, smisao svakog dobrog menadžmenta. Nažalost, samo mali broj onih koji se kite tom titulom to i shvati.

JELENA VASILJEVIĆ, naučnica

Nauka u Srbiji je jedna od onih delatnosti za koju se misli da vam zapadne, ako baš niste sposobni za nešto pametnije. Čak i ukoliko se naučni rad kojim se bavite realizuje, podrazumeva se da će jedan od dva štampana primerka završiti kod autora,



a drugi u nekakvoj prašnjavoj arhivi. Uz sve to, moramo uzeti u obzir i ovdašnju, već poslovičnu, sklonost ka patološkom vezivanju za kompleksne niže vrednosti, skepsu prema sopstvenim dostignućima i postignućima...

Jelena Vasiljević ne samo da nije pristala na odustajanje već se, gle drskosti, uhvatila u koštač sa jednim od najvećih medicinskih tabua današnje medicine - kancerom. Vrsta zvana čovek uspela je do sada da smisli na hiljade fantastičnih načina kao da kreira sredstva masovne destrukcije. Ipak, uz sveprisutni progres i napredak medicine, ova opaka bolest uspeva da i dalje bude jedna od nerešivih enigm. Još strašnija je činjenica da oboleli od kancera i dalje bivaju stigmatizovani od društva i potiskivani na marginе kao da je ono što ih je zadesilo isključivo njihova krivica. Jelena je rešila da ovu bolest prepozna u prvom licu jednine i da je locira u masi malignih ćelija među kojima se krije. Rešenje izgleda logično i nadohvat ruke, ali ona je bila ta koja ga je pronašla. Štaviše, celu priču je dovela do samog kraja. Ostaje samo da se njen rešenje primeni u praksi. Iskreno se nadamo da ćemo kao društvo biti dovoljno mudri i požuriti da ovaj geni-

jalni pronađazak primenimo i praktično. Da se nećemo, kao obično, zagubiti u mulju sujete i opstrukcije. Nadamo se da ćemo posle dugo vremena biti oni koji svetu nude nadu. Da nećemo osramotiti Jelenu.

MARIJANA MILOSAVLJEVIĆ, novinarka
Kada znamo da nešto posedujemo u paru, a da sasvim lako možemo živeti sa polovinom onoga što posedujemo, logično bi zvučalo da se sa lakoćom odričemo druge polovine, naročito ako na umu imamo da to što poklanjam nekom drugom znači život. Ovakva matematika postaje malo komplikovanija u praksi, posebno kada se radi o delu našeg tela, u ovom slučaju, konkretno, o paru bubrega.

Prijateljstvo i solidarnost su divne stvari. Dok se podrazumevaju, i ne moramo ih proveravati u praksi. A, upravo se u takvoj situaciji našla Marijana Milosavljević i održala nam je svima lekciju iz onoga što se zove elementarna humanost. Ona je svoj par podelila. Koliko je taj čin, povrh svega, smatrala zaista podrazumevajućim, posvedočila je očigledna činjenica da je pažnju koju je zbog toga dobila smatrala suvišnom.

U zemlji gde se pozajmica od 100 evra

smatra graničnom formom ispitivanja spremnosti na empatiju, Marijana nam je kolektivno demonstrirala pokaznu vežbu na temu šta je to biti čovekom. Ili ženom, u ovom slučaju. A na nama ostaje da pokažemo kako smo tu vežbu shvatili.

Kakva je mogla biti proslava Dana žena u društvu ovakvih dama? Verovatno da odgovor na ovo pitanje nije ni potreban. Dodatno posebnom učinili su je najdraži nam i specijalni gosti - mali ljudi, ali veliki muzičari, članovi Dečje filharmonije. Dečija filharmonija je deo šireg projekta "Deca deci", iniciranog još 2007. godine pod pokroviteljstvom Skupštine grada i u saradnji sa Beogradskom filharmonijom. Ono što vam svaki ton odsviran ovim divnim ručicama jasno daje do znanja jeste to da je cilj ovog Fonda da što više muzičkih talenata realizuje do kraja - notna sveska koju ćemo, nadamo se, svi mnogo puta u budućnosti isčitavati. Movem Fashion je u tu budućnost prepoznao i zato smo simboličnih 8% ukupnog prometa na svim našim prodajnim mestima tog dana donirali upravo njima. I tako zaokružili svoju priču o prepoznavanju izuzetnosti. Tokom cele godine i do sledeće godine.♦

B E L A K O Š U L J A



Haj' mo ovako:

ja, u životu, uvek gledam da slučaj koji izlažem potkreplim argumentima ili, kako to vole da kažu, primerima. Dakle, da nije UVEK u modi, trendu itd. pretpostavljam da belu košulju ne bi nosili i oni koji tom istom modom mrače i oblače kao, na primer, g. Tom (Ford) i g. Karl (Lagerfeld), poznatiji kao Kaiser. I upravo na primeru njih dvojice možemo videti kako identičan odevni predmet, u ovom slučaju narečena košulja, a pri tome i bela, može imati sasvim različitu kontekstualizaciju

U slučaju g. Forda radi se o perfektnoj beloj klasičnoj košulji, od najfinijeg pamuka, uvek u puplinu, dok se od proizvodača tkanine od koje je načinjena očekuje kredibilitet kakav, recimo, ima britanska kraljevska porodica. G. Lagerfeld, međutim, svoju košulju namerno iščašuje iz tekućih tren-dova i od nje pravi ekscentrični detalj kojim naglašava svoje mesto unutar modnog panteona (tačnije, koliko je on izvan iznad i izvan njega, istovremeno).

U svojoj genezi košulja je gotovo preko noći prešla put od nečega što se smatralo vešom do nečega što ima sopstveni integritet unutar gotovo svake muške odevne kombinacije. Ovaj ambivalentni status, koji je i danas drži (najviše tehnički) unutar percepcije pojedinih elemenata garderobe, najviše se očitava upravo na primeru bele košulje. Jer, ona, pre svega, mora biti besprekorno čista i, bez obzira na to da li spadala u kategoriju formalne ili neformalne odevne kombinatorike, bez greške. Onog momenta, kada je košulja izronila na površinu muške garderobe (do tada se navlačila preko glave i od nje se, eventualno, a zavisno od trenutnog stanja u modi, videla kragna) odmah je izvršila veoma surovu segregaciju - na one koji su mogli da nose bele košulje i one koji to, jednostavno, nisu.

Da biste mogli priuštiti da nosite belu košulju, tada, podrazumevalo se da imate dovoljno novca da ih svakodnevno menjate, što je pak iziskivalo da imate i nekog ko će vam iste prati, štirkati, peglati i održavati ih u besprekornom stanju. Oni koji to nisu mogli da plate nosili su košulje koje su mogle nositi i više dana a da se to na njima ne primeti. (Odmah se, naravno, neko dosetio da napravi fake podvarijantu - smislio je košulje na kojima su kragne i manžetne mogle biti zamjenjene tako da ste, u stvari, imajući jedan komad, a menjajući ove delove, postizali „besprekorni“ izgled u operativnom smislu).

Od tada već bela košulja, kao neka vrsta diskretnog statusnog simbola, zauzima centralno mesto u muškoj garderobi, prvo poslovnoj, a zatim i u svim ostalim njenim segmentima.

U simboličkom značenju, ona je element čistote, besprekorne vizure i početka. Takođe, ona je dan i simbol vazduha i svetla unutar, uobičajeno, stroge i tamne muške garderobe. Što je odeća sa kojom se kombinuje zasićenijeg valera, ukupan utisak dobija na drami i patosu. Najekstremniji sudar je onaj koji se dešava kada belu košulju iskombinujemo sa crnim smokingom. Ova muška kombinacija je večna dok se njeni ženski pandani moraju menjati iz sezone u sezonu. Ali, da nije tako, ne bi više postojao razlog da gledamo prenose dodele Oskara. Već spomenuti dvojac (Ford - Lagerfeld) sa početka ovog teksta upravo igra na ovaj kontrast, kombinujući svoje bele košulje sa kompletno crnom garderobom. Nara-

vno, mlađi od njih dvojice bira da svojom košuljom pošalje signal da je za njega garderoba pitanje statusa i luksuza, pre i iznad svega; drugi pak kaže da je ona stav duha.

I tu dolazimo do onoga što možemo nazvati umetnost zena u nošenju bele košulje. Ona je, per se, užasno dosadna, bezlična i nemaštovita. Međutim, pravilno iskombinovana postaje komad koji o vama govori kao osobi sa jasnim stavom.

Zato, analizirajmo šta čini podrazumevane preduslove da bi neko na savršen način poneo belu košulju:

1. Pre svega, savršen grooming. Nebitno je da li ste izabrali varijantu A (Ford) ili B (Lagerfeld), podrazumeva se da svoj imidž držite na nivou perfekcije 24 sata dnevno. U slučaju A, vaša brada ima PERFEKNU trodnevnu dužinu, taman toliko da izgledate kao da se ne trudite previše. U slučaju B, detalj u svom izgledu za koji ste odlučili da izlazi iz konvencija mora biti BESPREKORNO NEOBAVEZAN - npr. ovde nijedna vlas kose skupljene u rep nije ostavljena bez apsolutne kontrole.

2. Kontekst - bela košulja ne podnosi nesavršenost u ostalim delovima garderobe sa kojima se sklapa - ako se radi o klasičnom tamnom ili (još važnije) crnom odelu (kao u slučaju A) ono mora biti bez greške kako u kroju, tako i u kondiciji. Gužvanja bilo koje vrste, jednostavno, nisu dozvoljena.

3. Detalji - ovo je, možda, upravo najviši stepen zena koji se mora dostići. Dakle, i u slučaju A i u slučaju B akter nosi naočare za sunce... Dok u slučaju A često postoji odsustvo bilo kojih drugih detalja (ali, zato, košulja sama po sebi stoji kao salivena) u slučaju B vidimo da se bela košulja koristi kao podloga na kojoj se dramatičnim detaljima, često hipertrofiranim, dovršava cela odevna kombinacija. Međutim, i svi ostali detalji, u oba slučaja, smisljeno su odabrani i pažljivo sklopljeni (nakit, dugmad za manžetne, kaiš, cipele).

Iz svega gorenavedenog jasno je da onaj koji za sebe smatra da je savladao veštinu nošenja bele košulje, pored podrazumevanog savršenog stanja iste, mora znati da:

1. Bela košulja MORA svojim krojem savršeno odgovarati anatomiji onoga koji je nosi. U ovome nema kompromisa jer bela košulja nemilosrdno otkriva svaku grešku. Zato postoje nekoliki bazični krojevi (uski, relaksirani i komforni) sa hiljadu podvarijanti...

2. Bela košulja, čak i kada je od punijeg pamuka, ima tendenciju da se providi. Ako niste sigurni da ste savršeno građeni & da

vam je svaka dlaka propisane dužine, bela potkošulja je obavezan detalj.

3. Bela košulja u svom klasičnom izdanju izrađena je od pamuka. Odaberite onaj koji će vam najviše laskati. Što je viši sjaj završne obrade tkanine i što ona više inklinira plavim podtonovima, sve što nije u perfektnom stanju na vašem licu ili vašem tenu postaje mnogo vidljivije. Ako ste se prepoznali u prethodnoj rečenici, pa i pored ovog upozorenja odlučili da bez bele košulje izgledate kao selo bez crkve i škola bez učiteljice, opredelite se za tkaninu u batistnoj, mat, obradi ili, meni omiljenom, pikeu.

4. Da vam nije palo na pamet da belu košulju nosite a da prethodno niste provjerili da li su fišbajni ubaćeni u kragnu! Ako kragna ne stoji na mestu i kada nemate krvatu, odnosno podyvlači se ili izvlači iznad kragne sakoa ili ispod nje, niste izabrali dobar komad.

5. Košulju, realno, možete oprati jedno 50 puta i toliko puta je nositi. Pod uslovom da je, naravno, pravilno održavate. Zato postoje etikete s uputstvima unutar odeeće. Ukoliko niste sigurni da ste u stanju da to radite kako bi trebalo, dajte svoje košulje na hemijsko čišćenje. I osoba A i osoba B to sigurno rade.

6. Crne pantalone ili farmerke sa klasičnom belom košuljom, čak i ako ispunjavaju svih prethodnih pet tačaka, od vas ne čine zen-majstora, već patetično izvinjenje za nedostatak imaginacije kombinovano sa potpunom nekulturnom oblačenja...Takođe, ukoliko u svojoj garderobi imate samo gotovo identična odela istog tona, gotovo identične krate i isključivo bele košulje, to vas ne čini otelotvorenjem elegancije. Mnogo je verovatnije da se radi o nekom ozbiljnijem psihološkom poremećaju iz roda psihopatije. (Slučaj iz filma „Devet i po nedelja“ ovo ne demantuje, naprotiv, samo mu se posrećilo).

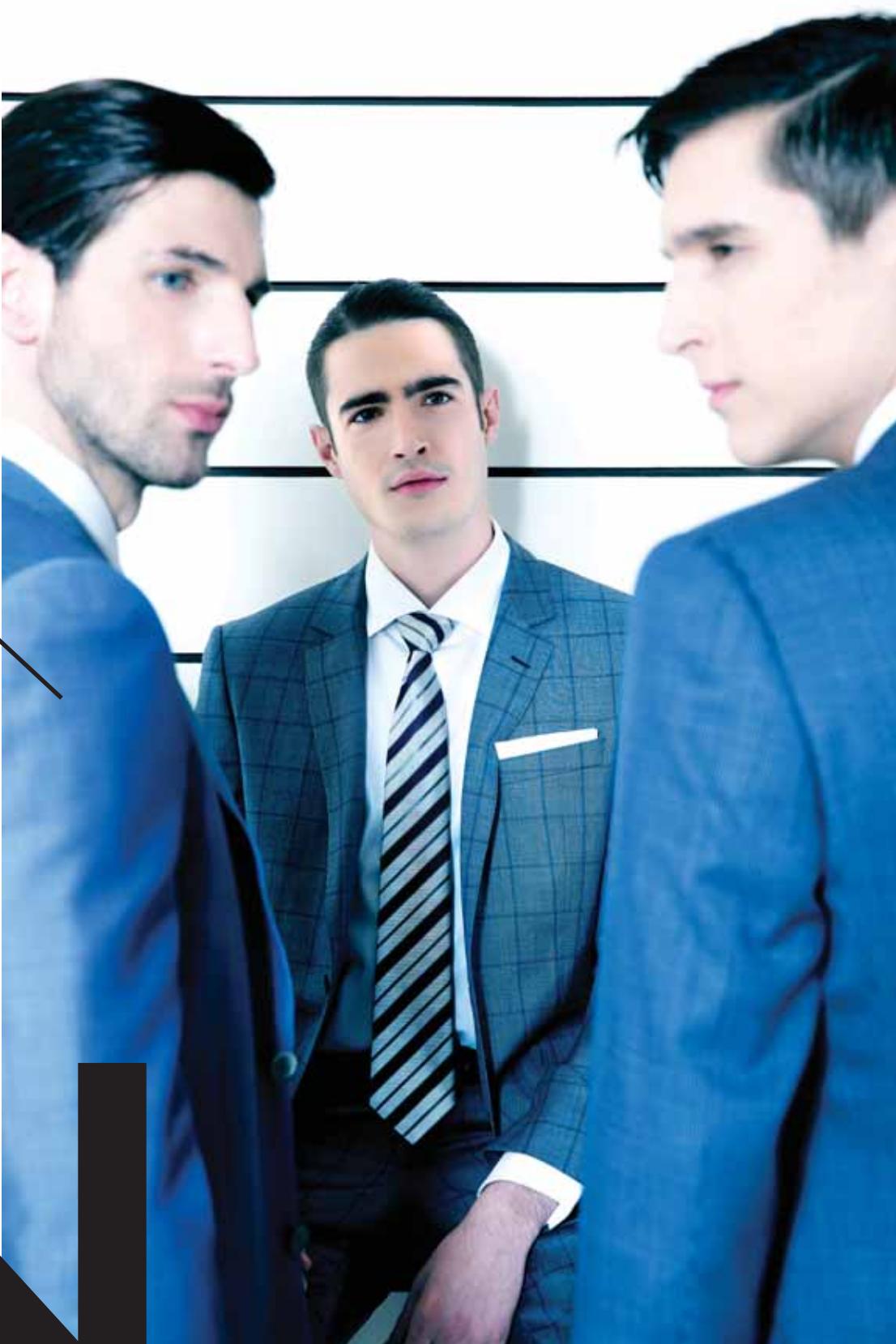
7. U slučaju da u svom garderoberu nemate savršenu belu košulju a pretendujete da vas neko, na osnovu onoga što nosite, tretira ozbiljno, govorite da imate neki od psiholoških poremećaja iz prethodne tačke.

8. Bela košulja se najlakše kombinuje sa crnim detaljima. Zatim sa crvenim. Pa plavim. Ako ne možete da smislite ništa dalje u ovom smislu, razmislite o tome da prestanete da me zamajavate.♦

S O F T



S H A



N

R P

E S S





A R

P

N E S



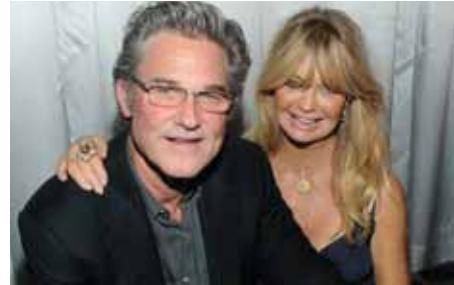
S

Fotograf: Jovana Mladenović
Asistent fotografa: Florijan Karh
Šminka: Marta
Frizura: Aleksandar J. @ ID Hair Academy
Modni urednik: Ashok Murty
Stilista: Alisa Janković
Asistent stiliste: Marija Ulić
Produkcija: Maja Čolić
Organizacija: Nina Tarabar
Manekeni: Stefan, Danilo i Nemanja @ FOX MODEL AGENCY



SKORO PA VENČANI

DA LI SU SE PRINCEZE PREDOMISLILE?



Umesto da maštaju o beloj venčanici i ceremoniji venčanja, sve veći broj urbanih žena na vrh liste svojih prioriteta ispred formalnog braka stavlja partnerstvo ispunjeno poverenjem, podrškom i pažnjom.

Otuda ne čudi što se, kako potvrđuje statistika, sve više parova odlučuje da živi zajedno i gradi porodicu bez potpisivanja bračnih zaveta

Ako ste, prateći slučaj Bred Pit - Andželina Žoli, od preljubnika, preko para koji živi nevenčano okružen gomilom dece, do atipičnog venčanja, pomislili da se ovakve priče dešavaju samo danas i samo u Holivudu, prevarili ste se.

Najpre, primer srećnog para koji dugo i skladno živi nevenčano uspostavili su još pre tri decenije Kurt Rasel i Goldi Hon. Njihova ljubav, ničim neozvaničena, ali očigledno prava, traje i dan-danas, a započeli su je, tek da uspostavimo još jednu paralelu, usred Raselovog razvoda od glumice Sison Habli 1983. godine.

Osim toga, tzv. ljubavi bez papira ne dešavaju se samo u holivudskim filmovima i vilama sa 18 soba. Ima ih i među nama, običnim smrtnicima. I to sve više. To potvrđuje i statistika. Iako zbog poteskoća evidencije, istraživači nisu u situaciji da beleže i prate broj nevenčanih brakova, o ovoj pojavi, tj. trendu dovoljno govore podaci da svaka četvrta žena u Srbiji rada

dete kao samohrana majka ili u vanbračnoj zajednici. Isti podaci jasno ukazuju i da ovaj broj raste - u Beogradu je 1991. 12% majki rodilo dete van braka, a dve decenije kasnije, 2001. godine, bilo ih je 20,5%.

Više od brojki, kako je to i najčešće slučaj, govorи život, koji ne samo da ponekad kopira holivudske priče, nego je živopisniji i uzbudljiviji od bilo kakvog holivudskog scenarija. Šta drugo, nego to zaključiti nakon što upoznate Jelenu Malenović (42) i njenog supruga (52) koji žive zajedno više od 12 godina, imaju sina od 11, a venčani su tek dve!

Ovaj par intelektualaca (ona je osnivač i partner u PR agenciji *Proglaš*, a on profesor na fakultetu) nikada nije ni pomicao da je njihovo ljubavi potrebna bilo kakva formalna potvrda, a vezu su ozvaničili samo da bi predupredili eventualne administrativne peripetije. Svoja, po mnogim stavovima i životnim odlukama, Jelena nikada nije razmišljala o svadbi, te nje u ovom slučaju

nije ni bilo. Venčanje ovog para isključilo je svaku ceremoniju. Ali, ne i romantiku – ozvaničenje veze se dogodilo baš na Jelenin rođendan. „Slučajno”, komentariše Jelena i uz karakterističan zvonak smeh i opisuje sled događaja: „Bili smo u Rovinju kada smo zaključili da bi bilo pametno da potpišemo te papire. Nakon povratka u Beograd rasplitali smo se koji je prvi slobodan datum u opštini, a odgovor je bio 3. avgust, datum mog rođendana”.

Irelevantnost ozvaničenja veze, kada je reč o ljubavi, sve češće se sreće u razmišljajnjima mnogih savremenih žena iz urbanih sredina. „Nisam ni za brak ni protiv njega. Da li će dvoje ljudi, kako se to kaže, ozvaničiti vezu, zavisi samo od njih. Razumem i argumente da zvaničan brak na neki način čuva vezu jer se ljudi u tom slučaju teže odlučuju da se razdvoje. Ali, lično mislim da nije ni dobro održavati nešto što ljude ne čini srećnim, posebno ne papirima”, kaže Lara Milanović (36), modna urednica magazina *Grazia*, koja iza

sebe ima četvorogodišnji nezvanični brak iz kojeg ima i šestogodišnju čerku.

“Nikada nisam zamišljala svoje venčanje, venčanicu, maštala o tim stvarima. Bilo bi čudno da s tim počнем sada, pod stare dane”, šali se u svom duhu Lara i dodaje da to ne znači da bi bila decidno protiv braka, ako bi to želeo partner za koga veruje da je ljubav njenog života. “Ne razmišljam o braku i venčanju, pa ne mogu da kažem da li u to verujem ili ne verujem. Ali, ono što sa sigurnošću znam, gledajući ljudе oko sebe, jeste to da je, nažalost, ljubav za celi život skoro nemoguća u svetu u kojem živimo. Savremeni čovek je produkt potrošačkog društva, izloženi smo većim izazovima, imamo stalnu potrebu za promenom”, kaže Lara. Ova mlada žena, koja je postavila mnoge standarde u svojoj profesiji, konstatiše da je njen iskustvo potvrđilo da između zvaničnog i nezvaničnog braka nema razlike, čak i kada dvoje ljudi imaju dete.

Larinu sumnju u pogledu odanosti i trajnosti odnosa u savremenom svetu deli i Iva Štrlić (37), glumica i pisac romana koji se već duže vreme nalaze na bestseller listama: “Toga je sve manje i to je činjenica koja me rastružuje. Nekada, u neko davno zaboravljen vreme, biti u braku značilo je poverovati u zajedničko zauvek. Danas to, čini mi se, nije tako. Sada se u zauvek veruje teško, a mnogo lakše u momenat.”

Ovaj način razmišljanja Ivu ipak ne sprečava da ispred sebe, kada je o vezi reč, postavlja visoke ciljeve: “Sanjam o odnosu koji podrazumeva nežnost, vernošću, podršku i navijanje za osobu sa kojom si. Da li je to klasičan brak ili ne, nije mi važno, mnogo mi je važnije da sadržaj tog odnosa bude čist, da se budim u zagrljaju u kojem je toplo i udobno kakvi god vetrovi duvali u nas. Neka se to zove kako god. U stvari, neka se samo zove ljubav. Biće sasvim dovoljno.”

Daleko od misli o beloj haljinu, iako se i sama bavi modom, jeste i Branislava Antović (28), novinarka čiji modni i lajfstajl blog *Branas Devine World* prati hiljade žena u Srbiji. Ali, i u njenom slučaju to ne znači da ne veruje u ljubav za celi život. “Nisu mi bitni ni papir, ni čin venčanja, već samo pravo partnerstvo i ljubav. Suština je u tome da pronađete osobu sa kojom možete živeti celi život jer svakome je potrebna podrška i ljubav, neko s kim će podeliti misli, želje i brige, i lepo i ružno, posebno u ovim brzim vremenima”, kaže Branislava.

Brana deli Jelenino mišljenje kada je reč o svadbi, kao i Larino kada se radi o venčanju. ”Brak ili venčanje su stvar izbora i ne mogu tvrditi da i sama jednog dana, pre svega zbog administrativnih olakšica, neću ozvaničiti vezu. Dakle, nisam ni za ni protiv, ali ono što sigurno znam jeste to da neću ispratiti savremeni srpski trend svadbe sa 300 ili više ljudi od kojih 90 odsto njih i ne poznajem”, iskrena je Brana.

Popularna blogerka time ostavlja otvorenu mogućnost da ipak krene putem Višnje Berić eks-Radanović (31), osnivača renomirane škole jezika

Language House, čije je venčanje ovog leta bilo sve samo ne u pomenutom trendu. U to ime biće dovoljno da kažemo da su mlada i mladoženja na mesto proslave stigli na čamcu, a da onih pedesetak gostiju, koji su imali tu čast da ih na venčanje pozovu, to veće pamti kao jedan od najboljih provoda u životu s akcentom na kvalitetnoj muzici i prisnosti koja se osećala u vazduhu. “Svadba je za mene lično bila šok. Nikada nisam zamišljala taj događaj, niti sebe u venčanici. Osećala sam se kao vanzemaljac i svi oko mene znaju koliki su stres za mene bile pripreme za venčanje”, otvoreno priznaje Višnja.

Zašto se onda odlučila za venčanje, belu haljinu, bidermajer, pitamo je. “Sve je došlo spontano, a jedino što sam sa sigurnošću znala jeste to da je moj partner pravi izbor. Sada sam zbog svega zadovoljna. Ništa se između mene i Vlade nije promenilo. Nova forma je samo doprinela da se među nama razvije i nova suština - osećanje da smo porodica”, konstatiše Višnja i komentariše da takođe ne veruje u papire, ali da oseća da je posle šest godina veze venčanje donelo pozitivnu, a ne opterećujuću odgovornost.

Broj agencija za organizaciju venčanja, sajmova venčanica (i opreme) i medijskih izveštaja s venčanja poznatih i manje poznatih ljudi sve više raste. Ali, uporedo s tim očigledno je na delu i novi trend - promena prioriteta na relaciji moje idealno venčanje - moja idealna veza. Ovakav način razmišljanja prisutan je kako u Srbiji, tako i u svetu, gde statistika beleži da je broj dece koja su rođena iz vanbračnih zajednica, na primer u Engleskoj, od 1997. do 2008. porastao za čitavih devet odsto, sa 32 na 41 (prema podacima sajta *Child Trends' Research*).

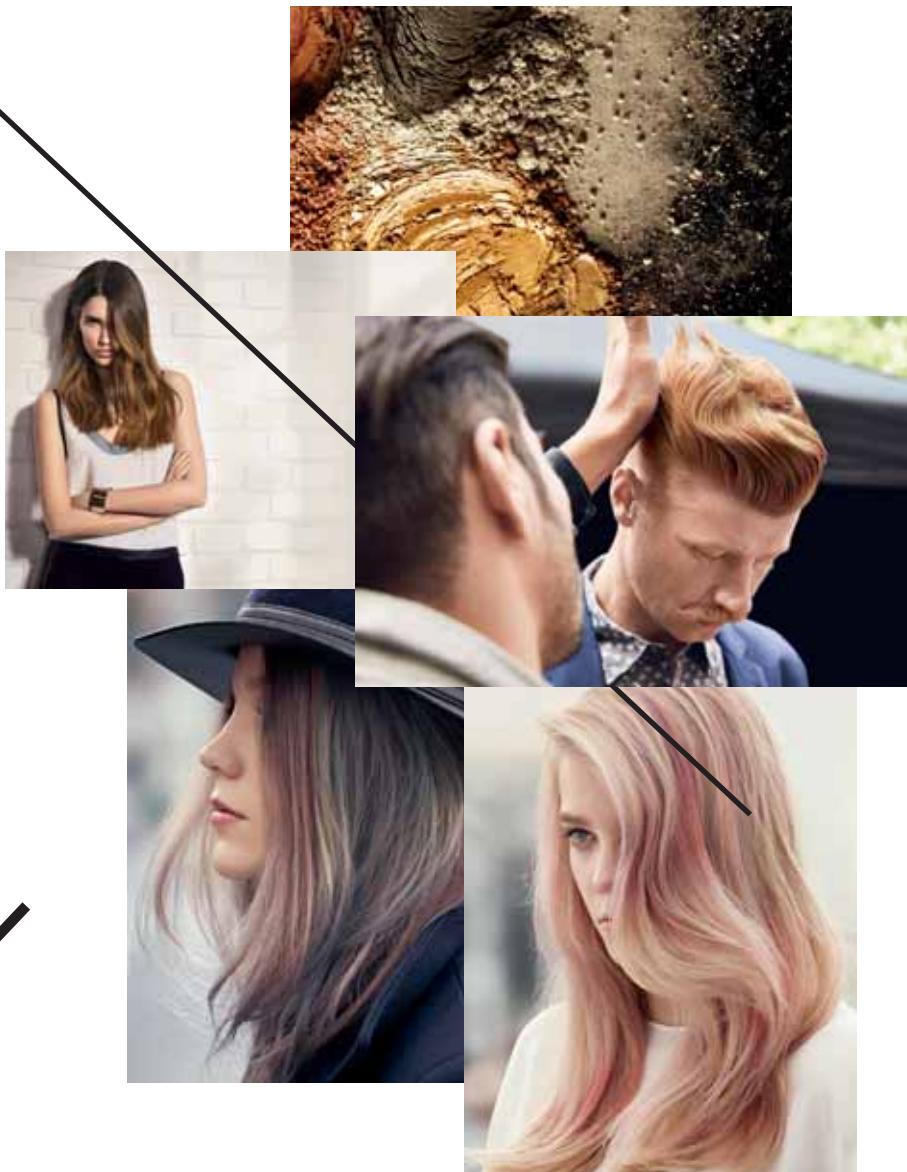
Na porast broja nevenčanih brakova utiču, kažu analitičari, mnogi faktori: emancipacija žena, brzina života, društvo u kojem su uspostavljeni neki novi životni ciljevi... U duhu ovih podataka i našeg naslova, ovaj trend mogao bi se nazvati: princeze nisu više što su bile. Da smo tu na pravom tragu, potvrđuje i činjenica da su čak i pisci scenarija za dečje filmove odustali od koncepta bajkovite slike venčanja i poljupca na kraju filma s obaveznim glasom u pozadini “...i živeli su srećno do kraja života”.

To više nego eksplicitno potvrđuje jedan od najuspešnijih dečjih filmova u poslednjoj deceniji *Frozen*, u kojem princeza Ana odustaje od svog princa kome se romantično (uz pesmu i fanfare) obećala, a njen odnos sa Kristofom, ljubavlju života koju je u međuvremenu pronašla, do kraja filma ostaje nedorečen u pogledu forme, ali vrlo jasan kada je reč o bezrezervnoj podršci i ljubavi.

Ako uz to dodamo i da se, kao najsnažnija, tokom filma ističe sestrinska ljubav, te da su sestre Ana i Elza postale nepričekani idoli milionima devojčica širom sveta, ono što definitivno možemo očekivati je da za dvadeset godina, kada aktuelne male princeze porastu, porastu i pomenute brojke nezvaničnih brakova. Ukoliko se i prinčevi ne predomisle, pa se malo više ugledaju na Kristofa, to jest “novog pravog”.♦

Vanbračna zajednica ima sve osobine braka: zajedničke kreditne kartice, hipoteke, vlasništva, decu..., ali bez zvaničnog papira koji sve to podržava statusom suprug-supruga. USrbiji su zakonom izjednačena prava venčanih i nevenčanih parova, ali ovo zakonodavstvo nije usaglašeno sa ostalim propisima tako da, na primer, vanbračni partneri i dalje nemaju pravo nasleđivanja porodične penzije, čak i ako su u vanbračnoj zajednici živeli preko 20 godina. Upravo te zakonske manjkavosti čest su razlog da se mnogi parovi ipak odluče da vezu ozvaniče.

URBANO ZEMLJANO



Ove sezone inspiraciju za svoju novu frizuru morate potražiti negde između sveta mode i muzike – granica između njih postaje sve tanja i manje jasna

Naime, muzički i modni trendovi se prepliću, a zvezde i oni koje definišemo kao modne ikone međusobno razmenjuju ideje bez suvišnih pitanja. Ono što je, svakako, primetno jeste to da se kao i u *makeup-u*, i u načinima na koji se tretira kosa sve više insistira na potpuno prirodnom izgledu. Individualnost i kult večne mladosti su i dalje apsolutno obavezni, ali sa racionalnim pristupom.

Šiške su punije nego prethodnih sezona, a frizure svih mogućih dužina su i dalje moderne. Naglasak je u tretmanu jer kosa mora imati prirodnu teksturu i mnogo više punoće. Odnosno, mora izgledati mnogo neposlušnija i netretirana. Naravno, pojavilo se mnogo preparata koji omogućavaju da postignete baš ovo a da pritom zadržite kontrolu nad onim što nosite na glavi.

Zaboravite na simetrične i sređene lokne i postanite jedna od onih žena koje su uvek u pokretu dok se sa lakoćom kreću iz jedne sfere života u drugu. Urbano i prirodno su pravi epiteti koji definišu ono što je obavezno.

Logično, tonovi koji prate ovaj način stilizacije iz prirodnog su spektra - zemljani su noseći, ali su prisutne i sve nijanse crvenih, smeđih i zlastastih.

Za one koje žele da propituju pravila dobrog ukusa, svi intenzivni pastelni tonovi slatkiša, kao što su svetlolodra, zelena, ružičasta, ljubičasta ili siva logičan su izbor. ID Hair Academy i njen odabrani tim mlađih i talentovanih frizera garantuje vam da će u njihovoj realizaciji ovako bojena kosa izgledati kao modni stav sa stilom, a ne amaterski eksperiment.

Međutim, jedna od najvećih novina u svetu koji se bavi kosom dešava se u onom delu koju nazivamo muškim. Naime, na velika vrata se vraćaju berberini, odnosno oni koji su podjednako veliki umetnici i sa makazama i sa brijačem u rukama. Da biste ovog trenutka bili džentlmen, koji za sebe sme kazati da pored ove titule ima i stila, morate odmah pronaći nekoga koji će vas učiniti ponosnim zbog onoga što nosite na glavi, odnosno, vaše frizure. Ta osoba mora zadovoljiti nekoliko bitnih uslova a sve se tiču veštine vladanja pomalo zaboravljenim tehnikama klasičnog i tradicionalnog u okvirima ovog zanata koji u ovom slučaju ozbiljno prelazi u umetnost.. Dakle, nekog ko pored makaza i češlja vlada i mašinicom i britvom... Zato, dođite kod nas!

Vaš ID Hair Academy team
(Koristimo samo najkvalitetnije preparate brendova : Wella Professionals, Label.M i Moroccan Oil)



Fb: ID Hair Academy
Instagram: id_hairacademy



AFRODITA
COSMETICS



PEARL Prestige

UVIJENA U
BESKRAJNU
LEPOTU



Ekskluzivna nega sa ekstraktom **bele perle** i aktivnom supstancom **peptida** deluje na ćelijskom nivou:

- vidljivo poboljšava celokupnu strukturu kože,
- aktivira sintezu kolagena i elastina,
- omogućuje intenzivni podmladjujući efekat.

44%
ukupno smanjenje broja
i amplitude bora*

*klinička studija: 24 testirane osobe nakon 56 dana s upotrebom 2 puta dnevno

Uz kupovinu
kreme poklanjamo
vam neseser.



Proizvodi u Onlineshopu na:
kozmetikaafrodita.rs



Pročitajte više na:
www.kozmetika-afrodita.com



STARO I NOVO, U ISTO VРЕМЕ



“Volim da proučavam karaktere iz filmova, ali i da posmatram obične ljude koje srećem na ulici, vidam u kafićima ili na ulicama svetskih metropola”

Novi kreativni direktor brenda Canali, Andrea Pompilio, rođen je 1973. godine u Pesari. Objasnjavajući kreativni proces koji je doveo do ove kapsula-kolekcije za proljeće-leto 2015, kaže: Volim da proučavam karaktere iz filmova, ali i da posmatram obične ljude koje srećem na ulici, viđam u kafićima ili na ulicama svetskih metropola. Proučavam ih do najsitnijih detalja, memorišem boje, manire i šta rade, šta je to što ih čini posebnim i jedinstvenim, a onda sve to pretvaram u emocije koje pretačem u skice i, na kraju, materijalizujem u svojoj kolekciji... Ova kapsula-kolekcija predstavlja presek

nasledja brenda i novopradažene inspiracije. Ona zbog toga pokazuje i Andreu Pompiliju u novom svetlu, kao nekoga ko eksperimentiše i pokušava da nađe perfektni balans između ova dva sveta, koja spojena međusobnom privlačnošću, postaju samo jedna od mnogobrojnih faseta Canalija kao brenda. “Stil kolekcije koju predstavljam ovom revijom istovremeno je opušten i bogat. Ovde su objedinjene vrednosti i vrhunsko zanatsko umeće klasičnog šivenja sa dekonstruisanom opuštenom elegancijom”, kaže Andrea. Odela i jakne imaju meku siluetu, a napravljeni su od tkanina koje

na sebi imaju pruge ili diskretne karoe. To upotpunjaju pantalone koje se završavaju tik iznad članka sa neobično visokim manžetnama - čak 8 cm. Kolekciju zaokružuju komadi od pletenine koji su za broj veći, neformalne, ali vrhunski izrađene cipele od nubuka, obrađenog tako da izgleda kao aligatorova koža ili od kože u dva tona, kao i jakne i parke, dugački mantili inspirisani šoferskim livrejama koji se nose preko majica od superfinog kašmira, a sve u svetlim tonovima mediteranskog leta.♦

&
CANALI
1934

CANALI.COM



O U T L E T

Movem Fashion Outlet, smešten u okviru Fashion Park Outlet centra Indija, u svojoj ponudi ima brendove Hugo Boss, Canali, Tru Trussardi, Enrico Coveri, Soldini, Emanuele Curci, a uskoro i poznati nemački brend JOOP. Letnja kolekcija je uveliko aktuelna, a ponuđeni primeri su samo ilustracija idealnog stajlinga koji možete odabrat i uz kupovinu po specijalnim popustima od 30% do 70%.





Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES®


JOKIĆ JEWELERY&WATCHES

KNEZ MIHAJLOVA 32

11000 BEOGRAD

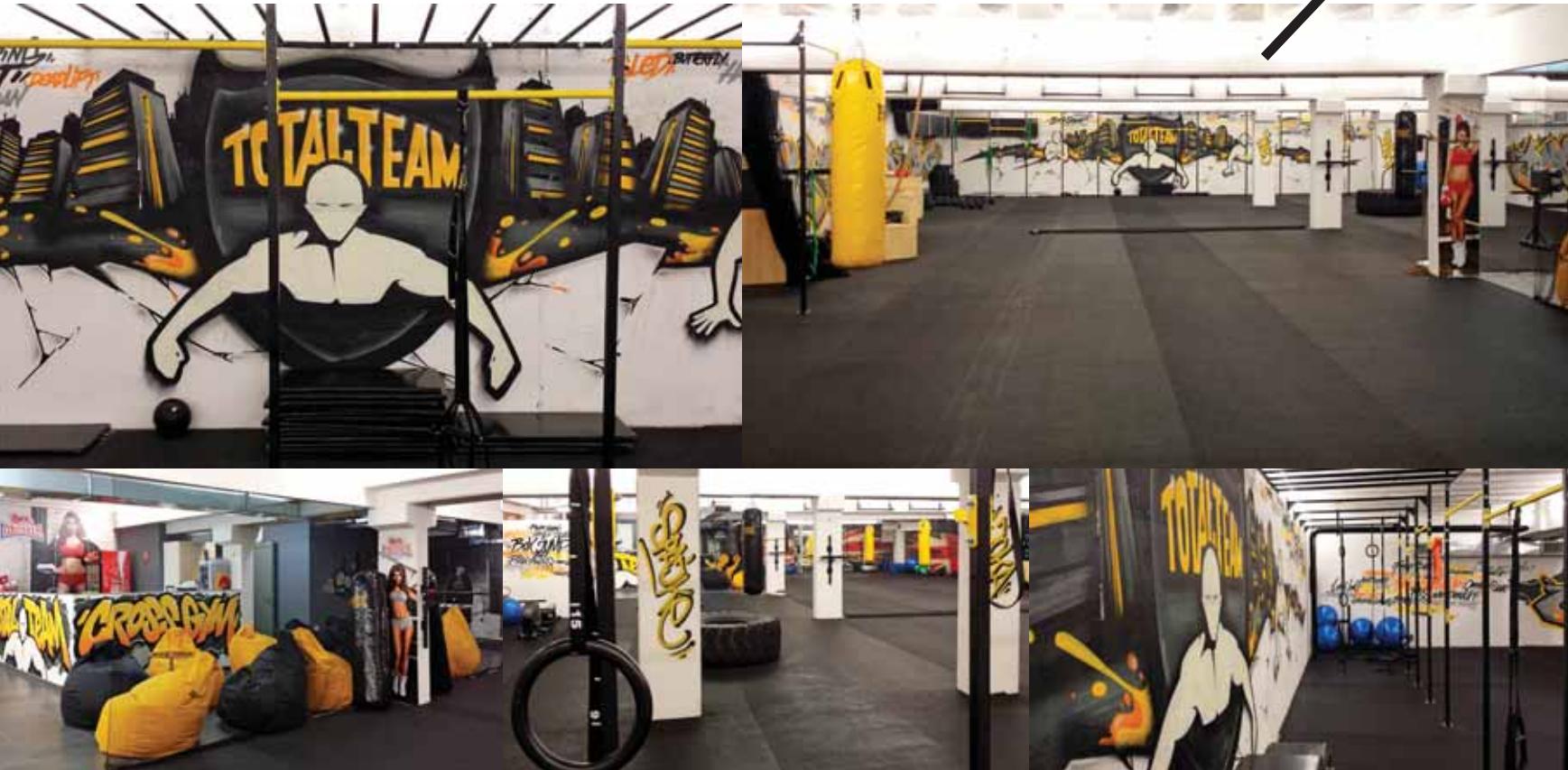
T: +381 11 / 655 5645

M: SLKNEZ@S-L.CO.RS



Conquest Classic

TOTAL TEAM



Reč je o funkcionalnom treningu koji je sve više zastavljen u rekreativnom sportu kako zbog svojih pozitivnih rezultata, tako i zbog zanimljivosti samog procesa koji se dosta razlikuje od klasičnog rada u teretani. Baziran je na kombinaciji vežbi sa sopstvenom kilažom (zgibovi, propadanja, sklekovi, trbušnjaci), trčanja, kao i rekvizita poput medicinki, tegića, viača, bokserskih džakova, pliometskih kutija, gimnastičarskih karika, ekspandera, elastičnih traka, fitnes kanapa itd. Samim tim ima prednost u odnosu na teretanu jer je dosta raznovrstan i dinamičan.

Prema mnogim istraživanjima, radi se o najdeletvornijem načinu vežbanja kako za zdravlje, tako i za oblikovanje tela, podizanja nivoa kondicije, jačanje i formiranje sportske figure. U zavisnosti od podizanja intenziteta vežbanja, trening je vrlo efikasan u redukciji i regulaciji telesne težine. Korisnici mogu biti muškarci i žene svih uzrasta, kao i deca, jer je baziran na radu svih mišićnih grupa i prilagođen polu i uzrastu pa na taj način utiče na poboljšanje opšteg psihofizičkog stanja. Uz pravilno izvođenje vežbi u kombinaciji sa korigovanjem ishrane rezultati se postižu već u

ranoj fazi treniranja.

Od ostalih sadržaja, u ponudi postoji i školica sporta za decu, namenjena uzrastu od četiri do deset godina, koja je bazirana na vežbama za koordinaciju i razvoj motoričkih sposobnosti pod nadzorom stručnih lica, kao i škola kik-boksa i boksa za decu i odrasle.

U sklopu trening-centra postoji deo koji je namenjen individualnim treningzima kao i kafić gde se možete opustiti pre treninga i posle njega ili pratiti vežbanje svoje dece.♦



Jedna planina i jedan Resort...
za sve skijaše, početnike i profesionalce, za one koji samo žele da
uživaju na planini, za hedoniste i avanturiste, za adrenalinske
zavisnike koji tragaju za novim doživljajima, idealno mesto za porodice,
a kao stvoreno za mlade i one koji se tako osećaju...

MK Mountain Resort Kopaonik

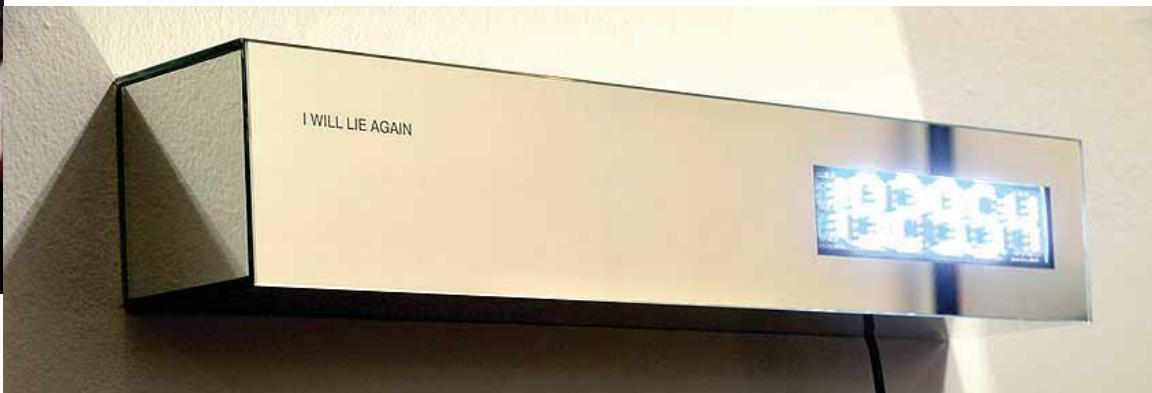
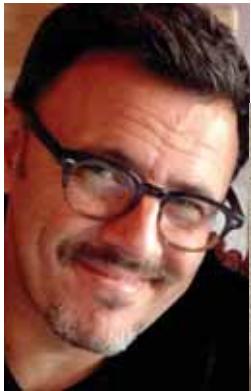
Jedno mesto za sve vaše
zimske i letnje avanture!


MK Mountain Resort
HOTELS & APARTMENTS KOPAO尼克
★★★★★

Grand Hotel & Spa
Family Hotel Angella
Apartments Konaci

Prodaja & Marketing:
T: 011 655 75 85; 655 75 86; 655 75 87
info@mkresort.com
www.mkresort.com

POMPEZNI MINIMALIZAM



Rođen 1969. u Jugoslaviji. Već sa 16 godina postaje dizajner.

Profesionalna biografija mu je nepristojno dugačka. Spisak nagrada i priznanja impresivan, obrnuto proporcionalan godinama. Smatraju ga najboljim predstavnikom jugoslovenske škole dizajna na kraju prošlog i početku ovog veka. Skroman. Zabavan. Radoznao. Erudita.

Na jesen će imati retrospektivnu izložbu u MPU. više na www.slavimir.com

Retrospektivna izložba u septembru s katalozom koji je prati od 250 strana – impresivno! Kakav je osećaj kada dobiješ ovaku potvrdu sopstvenog rada?

Osećaj je da sam bogat čovek. Kao kad se trideset godina napora skupi na gomilicu, u tačku esencije sreće, gde osećaš beskrnjnu zahvalnost što si od univerzuma dobio talenat na poklon, a nisi bio lenj, nego si ga polako, godinama, razvijao. Zbog rada na toj izložbi u Muzeju primenjenih umetnosti u Beogradu, imam priliku da ponovo proživim fantastična iskustva rada na, recimo, omotima ploča za EKV, Partibrejkers, Ramba Amadeusa, plakatima za Jazz festival u Skoplju, magazinu New Moment i sličnim inspirativnim projektima gde sam, u stvari, upoznao ljude zbog kojih sam danas bolji u svakom smislu.

Život sa svim svojim pojavama i dalje je fenomen koji ne prestaje da te fascinira. Šta je to za čim, u stvari, tragaš?

Moram priznati da više ne tragam. Pronašao sam smisao svog postojanja u kontinuiranom radu, učenju, napredovanju

i uživanju u dizajnerskim projektima. Naravno, inspiraciju crpem iz nepresušnog bunara civilizacije u kojoj živimo, na koju svako ko je u stanju da bilo šta napravi, ne može, a da ne odreaguje. Živimo u svetu naopakih vrednosti, gde je pohlepa zamenila plemenitost, u kojem se puno dobrih ljudi ne snalazi. Sve što mogu da uradim jeste to da redovno komentarišem taj svet u kojem živim i ponudim alternativu u vidu satirične distance od surove realnosti, stvarajući tako za sebe i za svoje istomišljenike sigurnu, iznutra humorom tapaciranu zonu opstajanja.

Linija manjeg otpora versus linije je:

Iako to količina mojih projekata demantuje, ja sam izrazito lenj čovek. Uvek tražim lakši, brži i precizniji način za uštedu vremena i energije. Na tome sam toliko radio da je to ujedno postao i moj prepoznatljiv kreativni stil, koji je Gorčin Stojanović nekom prilikom lucidno nazvao "pompejni minimalizam". Dakle, u svemu, pa i u dizajnu i umetnosti, trudim se da kažem što više sa što manje elemenata, a da pri tome ne izgubim puno vremena. Najbolji primer

za taj metod su plakati za Jugoslovensko dramsko pozorište, koje sam nekoliko godina radio po tom sistemu. Dam sebi pola sata da skicirajući smislim plakat i još pola sata da ga realizujem. Tako sam vremenom razvio brzinu vizuelizacije i to kroz svoj jezik vizuelnih simbola koji i danas koristim u većini projekata na kojima radim pod kreativnom maksimom - Komplikuj jednostavno. Ono što mi je ovaj način rada doneo jeste mogućnost da zažmurim i viđim već gotov plakat do najsitnijih detalja. Dakle, žmurim da bih video.

Školovaо si se ovde i u inostranstvu. Danas predajes. Šta je to što pokušavaš da naučiš one koji te slušaju?

Pokušavam da prenesem svoja iskustva, metod i način rada, i tako studentima uštedim dragoceno vreme. Mislim da se najbolje, najbrže i najbezbolnije uči iz tuđih iskustava, ali smo mi na ovim meridijanima bandoglavu skloni da se sami uveravamo u svaki aspekt i u najsitniji detalj razvojnog procesa, pa često zbog toga za života ne stignemo da duhovno i profesionalno izađemo iz obdaništa. Moje iskustvo



Portrait of the Sun
(from behind)

školovanja u Švedskoj je pravi primer kako se upijanjem tuđih iskustava i svakodnevnim uključivanjem u konstruktivnu kritiku svog rada i rada ostalih studenata, može više naučiti za godinu dana nego za vreme celokupnog školovanja u našem sistemu. Međutim, nijedna škola ne može te naučiti svemu, pogotovo ako nisi rođen za to što radiš. Mada, živimo u vremenima kada je poželjno da se što manje pitaš zašto si se uopšte rodio i tad slobodno možeš nastaviti da spavaš.

Uspešan si po svim parametrima i realizovan na svakom polju koje te kreativno privuće. Balansiraš između strogih uzusa korporativnog univerzuma sa svim njegovim pravilima i mnogo privatnijeg načina ekspresije koja se manifestuje u onom što se vodi kao rad za sebe. Zajedničko za obe ova polja je neverovatna likovnost, ali i (manje ili više vidljiv) ubitačni humor. Sad kada smo te raskrinkali, imaš li komentar?

Mislim da ako nešto čime pokušavaš da komuniciraš nije nimalo zabavno, svi su izgledi da to nećeš ni uraditi na način na

koji si želeo. Naravno, teško je naći balans između ozbiljnog i neozbiljnog, jer sa jedne strane tog puta uzdižu se intelektualni vrhovi, a sa druge strane je zavodljiva provalija "Parova" i sličnih civilizacijskih nazovidostignuća. Moj metod je da se maksimalno informišem, da mi istovremeno svira radio, da je upaljen televizor i da sam uključen u neku od virtuelnih društvenih mreža. Jedino na taj način, pod pritiskom informacijskog overloada, ja se okrećem kompletno sebi i odatle iz te tvrdave imam kreativni stav, komentar i strategiju.

Živeti u ovoj zemlji kao kreativac i pri-tom beskompromisno držati iste visoke kriterijume zvuči, priznaćeš, kao dobar vic. Ti taj vic, nekako, živiš u realnosti. I ne posustaješ. Daj nam recept.

Ogledalo je daleko važniji predmet nego što ljudi to shvataju. Recimo, ja imam baš kvalitetno ogledalo kod kuće, koje mi vrlo precizno govori kako stvari stoje, i kada ga ništa ne pitam. Mislim da je recept kupovina kvalitetnog ogledala, s idejom da se čovek redovno dubinski u njega zagleda.

Ako su pod 1. Olja i Nađa (supruga i čerka), pod 2. fudbal, pod 3. prepostavljam, disco, kako bi izgledao ovaj niz u sledećih 7 stavki?

Moji fokusi i interesovanja su kompatibilni sa mojom lenjošću. Mislim da nijedan ozbiljan lenjivac ne može imati nekoliko fokusa. Moj primarni fokusi su porodica i dizajn za koji sam rođen. Sve drugo je deo života koji se vodi pod "ostalo". Mada, nekoliko godina proveo sam u ubedjenju da će biti fudbaler ili profesionalni plesač. To sa plesom je ponekad ozbiljno, jer još mislim da sam kreativno daleko ekspresivniji u spontanoj telesnoj reakciji na neku pesmu, nego što to mogu postići u dizajnu, koji je ipak, racionalna kreativna disciplina. Pod "ostalo", takođe, ubrajam kafanu, bioskop, pozorište, planinu, šumu, more i dizajnerske knjige i časopise koje godinama pasionirano skupljam. Sve u životu je stvar inspiracije. I ogledala.♦

PRVA DAMA SVETSKOG DIZAJNA



Teško je tačno izmeriti specifičnu težinu koju Patricija Urkiola ima u svetu koji čini krem dizajna i arhitekture, ako ni zbog čega drugog a ono što su se po njoj i njenom liku i delu pravili etaloni. Ova rođena Špankinja i naturalizovana Italijanka od samih početaka sebi je nametnula vrlo težak zadatak, a to je da artikuliše i održi sopstvenu (nadaseve funkcionalnu) estetiku u krajnje mačističkom okruženju koje predstavlja sredinu gde se kreativno ostvaruju. Završila je arhitekturu u Madridu a magistrirala na milanskoj Politehnici, gde su joj mentori bili čuveni Akile Kastiljioni (Achille Castiglioni) i Viko Magistretti (Vico Magistretti). Danas vodi sopstveni studio i uspešno balansira između arhitektonskih i dizajnerskih projekata. Postulati kojima definiše svoj rad su uvek postavljeni u kontrapunkt: strogost/emotivnost

- inovativnost/mentalna analitičnost. Kao rezultat dobijamo veoma specifičan i čitak rukopis sa prepoznatljivim ženskim senzibilitetom. U dizajnu predmeta za svakodnevnu upotrebu upravo zbog činjenice da je ta teritorija izrazito ženska po karakteru, mesto Patricije Urkiole samim tim postaje važnije - ona je gotovo usamljena u svojoj beskompromisnoj misiji da pragmatičnom raciju, koji karakteriše savremeni dizajn, da snažan emotivni obol koji može dati samo neko ko razume ovu funkciju ognjišta kao simbola porodice... To se najviše očitava u njenim vrhunskim radovima kao što su serija Antibodi za Moroso (ležaljke, sofe i stolice), serija Canasta za B&B (nameštaj za eksterijer), kolekcija Touti ponovo za Moroso (nameštaj za eksterijer). Zajedničko svim ovim delima je da se na dizajnerski prečišćenu osnovu

dodaje izrazito ženstvena fascinacija ručnim i tradicionalnim radovima koje kao inspiraciju Patricija pronalazi svuda - od svoje rodne Španije, preko Afrike pa sve do svakog kutka na Sredozemlju.... Jedna od najznačajnijih izložbi organizovanih njoj u čast pod naslovom Dance No. 3 održana je u Beogradu 2007. godine u sad već nepostojećem *SuperSpace-u*. Pored nekoliko internacionalnih nagrada za najboljeg dizajnera nameštaja *Elle Decor* za tu godinu i isto toliko *iF Design* medalja (uglavnom zlatnih), Patricija je prošle godine svrstana u 100 najuticajnijih žena državljana Španije koje su svojim radom uticale na promenu percepcije ekonomskog okruženja u kojem stvaraju.♦

PASTA VITTELO



Recept za spremanje jedne paste:

15 ml maslinovog ulja,
70 g mlade teletine,
20 g miks luk (seckani luk potopljen
u malo balzamiko sirćeta),
90 ml sosa od kapra,
20 g listića rukole,
malo biberi

Za dekoraciju:

10 g rendanog parmezana Grana Padano,
10 g seckanog kapra,
jedan kolut limuna

Na maslinovom ulju propržiti kockice teletine i dodati miks-luk. Kada boja luka počne da se menja, deglazirati sosom od kapra, kratko prokuvati. Skinuti sa vatre, začiniti biberom i dodati rukolu.

Spremljeni sos preliti preko prethodno skuvane testenine, promešati i potom dekorisati rendanim parmezanom i seckanim kaprom, a preko toga postaviti kolut limuna kao finalni dekor detalj.

Preporuka Vapiana:

Ovaj sos se idealno slaže uz testeninu Pappardelle

Priča o uspehu lifestyle brenda Vapiano počela je 2002. godine otvaranjem prvog restorana Vapiano u Hamburgu. Inovativni koncept svežeg neformalnog obroka odlično je primljen širom sveta - u Evropi, SAD, arapskim zemljama, Južnoj Americi, Australiji i Jugoistočnoj Aziji. Vapiano trenutno broji oko 150 restorana u 29 zemalja, a kompanija je spremna i za dalji razvoj.

Tajna uspeha Vapiana je u svežini - svežini sastojaka, u pripremi, ali i u načinu razmišljanja. U svakom pojedinačnom restoranu Vapiano, svakog dana pravi se svežih jedanaest vrsta testenina (od kojih su dve od integralne spelte), kao i testo za

picu i sosovi, ponekad čak i usred dela za sedenje, u staklenoj Manifaturi. Prelivi za salate, torte i dolci (deserti) takođe se pripremaju ili peku svakog dana - svuda u svetu, u svim Vapiano restoranima.

U otvorenoj kuhinji, svaka pasta, svaka pica i salata pripremaju se a' la minute, tj. po porudžbini, pred gostima. Ovakav interaktivni koncept kuvanja sa otvorenom kuhinjom omogućuje gostima da direktno saopštite svoje želje i zahteve kuvaru, dok on priprema jelo. Na taj način nastaju lična omiljena jela koja se veoma jednostavno prilagođavaju i alternativnim načinima ishrane.

Sve kosmopolite, oni sa slobodnim duhom, obožavaoci prirode i minimalizma, verovatno će biti zauvek zahvalni g. Matteu Thunu, arhitekti i dizajneru enterijera iz Milana, koji je, inspirisan mediteranskim načinom života osmislio dizajn i uređenje restorana Vapiano. Vapiano je usklađen sa fleksibilnim i urbanim stilom života svojih gostiju, bez obzira na njihove godine. Gosti spontano svraćaju na ručak, na latte macchiato i kolače u pauzi i na opušteno veče uz antipasti i kapljicu dobrog vina u dobrog vina u aperitiv-baru sami ili u društvu.♦

RADISSON BLU OLD MILL HOTEL, BELGRADE

NOVO IT-MESTO ZA HEDONISTE



Smešten u podnožju Senjaka, jednog od najelitnijih delova grada, hotel Radisson Blu Old Mill je novo IT-mesto za neobavezan doručak, savršen ručak, elegantnu večeru, ili popodnevno uživanje uz kafu neodoljive arome italijanskog brenda Leonardo Leli i porciju sladoleda koji se pravi na licu mesta, u svojevrsnoj laboratoriji "Ice Lab". Hotel Radisson Blu Old Mill raspolaže sa 236 hotelskih soba, uključujući i 14 apartmana, modernim konferencijskim prostorom, Fitness & Wellness centrom, velikim parkingom i drugim pogodnostima hotela visoke klase. Beograd je postao poznat širom Evrope kao nova prestonica urbane i šik zabave, grad koji živi 24 sata dnevno. Mi smo veoma ponosni što smo deo ove atmosfere i radujemo se novim gostima koji će sigurno uživati u ovom izvanrednom ambijentu, kaže g. Tomas

Svika (Thomas Swieca), direktor beogradskog hotela Radisson Blu Old Mill.

Radisson Blu Old Mill svojim posetiocima predstavlja veoma zanimljivu priču, koja kroz jedinstveni dizajn enterijera i mešavinu autentičnog nasleđa i industrijskog šika oživljava duh starog mлина, kao i Beograda i njegovih reka. Na posetioce ostavlja utisak neobična priča koja prikazuje istoriju i tradiciju na svakom koraku ovog hotela.

Hotel Radisson Blu Old Mill nagrađen je u dve kategorije kao arhitektonsko remek-delno na 8. međunarodnoj dodeli nagrada za dizajn (IDA-International Design Awards). Studio GRAFT koji je odgovoran za dizajn enterijera hotela osvojio je prvu nagradu u kategoriji "Renovation" i drugu nagradu u kategoriji "Commercial", među 1.000 dizajn projekata koji su konkursali iz 52 zem-

lja. IDA (International Design Awards) će 5. maja na zvaničnoj međunarodnoj ceremoniji u Harmony Gold teatru u Los Andelesu, uručiti studiju Graft ove prestižne nagrade.

Pored ovog velikog uspeha, projekt Hotela Radisson Blu Old Mill je ušao i u finale 11. dodele nagrada za hotelski dizajn (11th Hospitality Design Awards) u kategoriji "Hotel Midscale", pored 560 projekata koji su konkursali iz zemalja širom sveta.

Radisson Blu Old Mill Hotel pripada Carlson Rezidor grupaciji, koja ima 1.352 hotela u 108 država sveta. Carlson Rezidor grupacija je jedna od najbrže rastućih u svetu. Ima više od 88.000 zaposlenih i okuplja brendove hotela Quorvus Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson Red, Park Plaza, Park Inn by Radisson and Country Inns & Suites By Carlson.

Erste Premium bankarstvo

Pažnja kakvu vi i vaše finansije zasluzujete

Erste Premium bankarstvo podrazumeva celovit pristup upravljanju finansijama, odnosno sveobuhvatnu servisnu uslugu najvišeg standarda, koja klijentima omogućava potpuni komfor i posvećenost njihovim zahtevima. Premium klijenti Erste Banke dobijaju poseban status koji podrazumeva pristup većem broju finansijskih i nefinansijskih usluga, među kojima su i sledeće pogodnosti:

- Lični bankar
- Personalizovana i prioritetna usluga u poslovanju sa bankom
- Proizvodi i usluge prilagođeni individualnim potrebama
- Povoljniji uslovi i ubrzana procedura rešavanja zahteva
- Izdvojen prostor u filijalama

Koncept Premium bankarstva zastupljen je i kod Erste Premium tekućih računa koji pružaju više od očekivanog: dodatne pogodnosti kako bi klijenti lakše upravljali svojim novcem. Oni koji se odluče za Premium tekući račun s MasterCard Gold debitnom karticom u svakom trenutku će se osećati privilegovano, jer im na raspolaganju staje: povlašćeni kurs za zamenu deviza, besplatno osiguranje po sopstvenom izboru, besplatna usluga internet i mobilnog bankarstva - NetBanking i mBanking.



Dinamičan životni stil klijenata bio je ono o čemu je Erste Banka vodila računa kada je za Erste Premium tekući račun vezala MasterCard Gold debitnu karticu sa kojom klijenti imaju mogućnost podizanja novca na svim bankomatima u zemlji bez naknade, beskontaktnog plaćanja, sigurnog internet plaćanja garantovanog MasterCard Secure kodom, članstva u Biznis klubu na aerodromu „Nikola Tesla“, kao i članstva u MasterCard Elit programu, čime stiču pravo učešća u svim „Kupi i osvoji“ kampanjama koje organizuje MasterCard.

Pored svega navedenog klijenti sa premium statusom u svakom trenutku imaju na raspolaganju Visa Gold Revolving i MasterCard Panter kreditne kartice koje im omogućavaju potpuno uživanje u plaćanju roba i usluga u zemlji i inostranstvu na odloženo, uz dodatne pogodnosti. Premium klijentima Erste Banka pruža i usluge kreditiranja i štednje skrojene po meri savremenih poslovnih ljudi, po sjajnim uslovima.

Ako ste u ovom tekstu prepoznali svoja očekivanja od banke, biće nam draga da posetite neku od Erste filijala i iskoristite sve prednosti Erste Premium tretmana koji vam je dostupan.

VOŽNJA KOJA SE PAMTI.

NOVI BMW SERIJE 1.
#BMWStories

GODINE
4
BENEFITA

GARANCIJA
BESPLATNO REDOVNO ODRŽAVANJE
OTKUP VOZILA, STARO ZA NOVO
PREMIUM FINANSIRANJE



► **BMW EFFICIENTDYNAMICS.**
MANJA EMISIJA I VIŠE UŽIVANJA U VOŽNJI.

Novi
BMW Serije 1

www.bmw.rs



Zadovoljstvo
u vožnji

G



GIRL INTERRUPTED

I

R



L

N

T





R

E

U



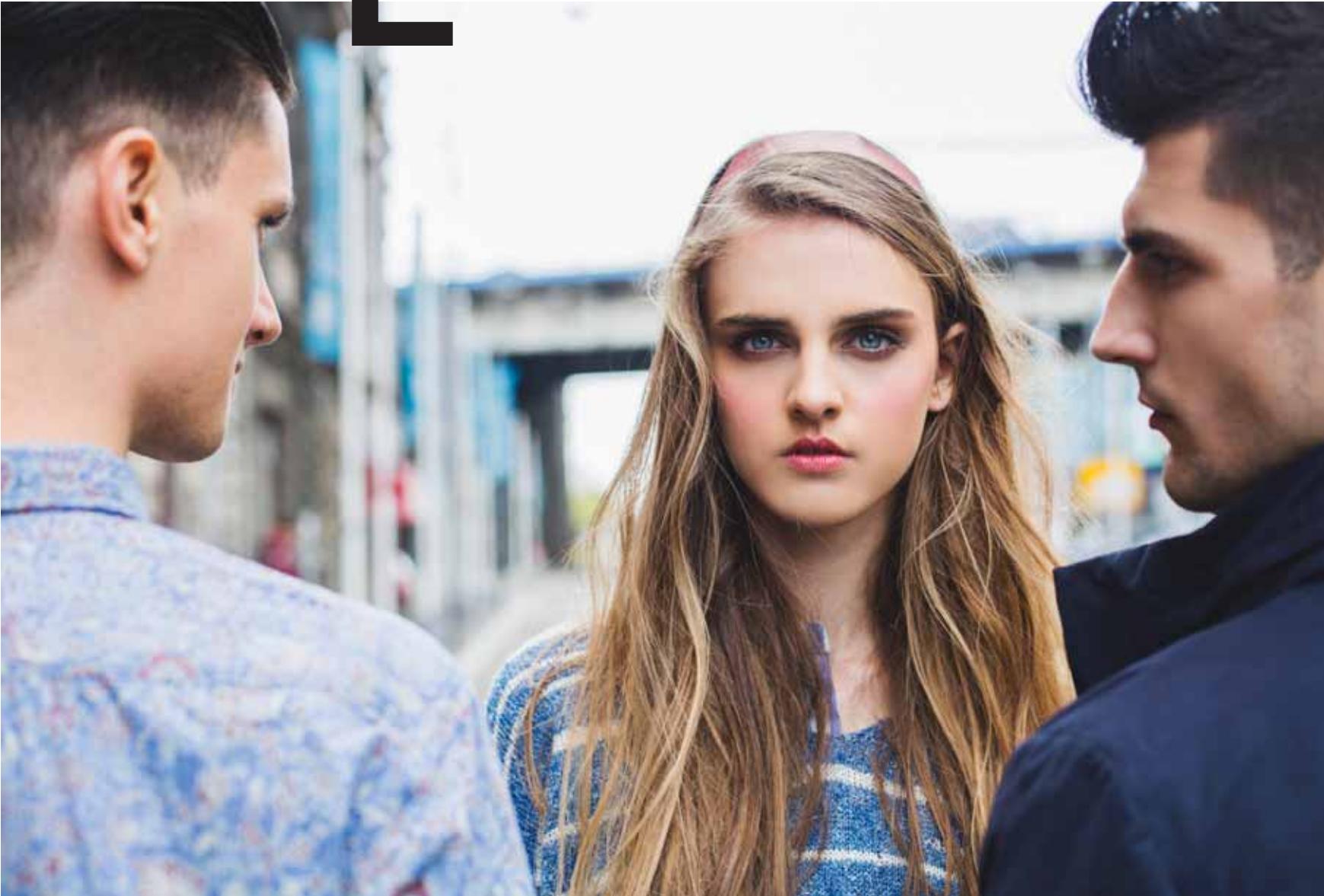
T

P





E



D

Fotograf: Jovana Rikalo
Šminka: Tatjana Vidanović
Frizura: Aleksandar J. I Ivan@ ID Hair Academy
Modni urednik: Ashok Murty
Stilista: Alisa Janković
Produkcija: Maja Čolić
Organizacija: Nina Tarabar
Manekeni: Sara i Mara@ Model Scouting Office,
Dušan @ FOX MODEL AGENCY, Dušan P.

S V E T L A N A P R E R A D O V I Ć

U T R E N D U J E ... K O F I T I V I T I

J E S T E Z A R A Z N O , A L I N I J E O P A S N O !



“Osećajte se kao kod kuće! Mi smo toliko drugačiji od drugih
da se više ne možemo ni nazvati kafe. Mi smo antikafe! Platite za vreme,
sve ostalo je besplatno!”, parola je kojom je sebe predstavio i svet osvojio lanac
kefea nadasve jednostavnog naziva *AntiCafe*

(www.anticafe.eu)

Dva lokala u Parizu i jedan u Rimu u kojima plaćate na sat te za nekoliko evra možete sedeti celi dan i slobodno se poslužiti kafom, čajem i svežim voćem, opremljeni su brzim wi-fi internetom, projektorima, printerima, skenerima – svime što vam je potrebno da pripremate projekte, spremate ispite, komunicirate sa klijentima. Jedino što je potrebno jeste da ponesete svoj laptop. I, ako želite, hranu i bezalkoholna pića.

Anticafe lanac je inače samo jedan u nizu kafea koji su se pojavili u celom svetu, a koji pružaju mogućnost da u njima provedete celi radni dan. Tačnije, oni su koncipirani tako da se pretvaraju u ličnu kancelariju. Osim poimenutih elemenata, među kojima je na prvom mestu brz wi-fi, ovakvi kafei obično imaju velike grupne stolove za koje može da sedne i više od 12 ljudi (s utikačima ispod stola ili na njegovoj sredini), udobne trosede i fotelje da se odmorite ili radite udobno zavaljeni. Nije neobični ni kada u svoju uslugu uvrste i posebne prostorije za sastanke i prezentacije poput američkog *WorkCoffeebar-a* u Midvejlu u Solt Lejk Sitiju (www.workcoffeebar.com).

Ovaj koncept nije neočekivana pojавa. Rezultat je trenda koji poslednjih godina i u Srbiji i svetu postaje sve masovniji - rad u kafiću. Kafei poput *AntiCafea* ili *WorkCoffeebar-a* samo su korak napred koji su, ka tom trendu, učinili oni ugostitelji koji su osetili da potreba za tim postaje sve veća. U Beogradu za sada ne postoje takvi kafei, ali postoje oni koji su energetijerom i prijateljskom naklonosću krenuli u susret tom konceptu. Među njima su, recimo, *Kozmetičar*, *Zrno*, *Smokvica*, *Tegla bar*, *Supermarket...*

Razlozi zbog kojih se sve veći broj ljudi, posebno onih koji rade online, odlučuje za rad u kafiću – različiti su. Najveći broj pobornika ovog trenda bira ovaj način rada zato što nema kancelariju – rade samostalno i ne mogu je sebi priuštiti ili im nije ni potrebna jer njihov opis posla to ne zahteva. Drugi ešalon razloga uglavnom se tiče nemogućnosti mnogih od njih da rade u kući jer ih ometaju ukućani ili za to nemaju uslove. Ipak, među njima ima i mnogo onih koji, jednostavno, vole da rade u kafiću.

U tekstu objavljenom na jednom od najuglednijih online medija današnjice www.huffingtonpost.com Mič Ditkof (*Mitch Ditkoff*), predsednik mlade kompanije *Idea Champions* i autor veoma popularnog bloga *Heart of Innovation*, u vrh liste „Zašto ljudi vole rad iz kafea“ stavlja: lak i brz pristup kofeinu, mnoštvo mogućih inspiracija (pesma, nečija rečenica, prolaznik) ali i razloge poput: ne morate da rasprematate sto, ako nešto razbijete, to će pocistiti neko drugi, ne morate se pretvarati da ste vrlo zauzetii i kada niste, kao što morate u kancelariji... Mladi uspešni direktor duhovito na mestu broj 7 svoje liste stavlja i jednu za njega (a i mnoge druge) čarobnu reč: mafini, ali naglašava i mogućnost da na licu mesta pronađete i fokus-grupu te proverite ispravnost svog rada.

Rad u kafeu posebno je popularan u online zajednici, to jest među blogerima, urednicima i novinarima sajtova, FB menadžerima... Ove grupacije imaju i svoje specifične forme nekancelarijskog rada, a to su takozvani hubovi. Hub je naziv za udruženi radni prostor ili radni prostor koji deli veći broj individualaca. Beogradski Hub spontano je nazvan Čvoriste 101, a deo je sistema globalne mreže Impact Hub koja postoji u više od 70 gradova širom sveta i svakog dana okuplja preko 9.000 članova. Prva ekspozitura Impact Hub-a nastala je u Londonu 2005. godine, a podrazumeva plaćanje po principu ulaznice ili vremena koje provodite u tom radnom prostoru. Hub je, u stvari, prostor koji je je negde na pola puta od zajedničke, prolazne kancelarije do kafea, a verovatno je nastao zbog problema sa kojima su se pripadnici ove zajednice sretali dok se na sceni nisu pojavili kafei poput AntiCafea.

Upravo jedna od takvih situacija ostala je zabaležena u kafeu *Kozmetičar* na Vračaru koji ima status odličnog za work-in. Nekolicina ljudi je oko velikog stola, svi su zagledani u svoje kompjutere. Dve devojke zajedno rade na jednom, prepliću ideje i primenjuju ih prilično velikom brzinom. U momentu zastaju u radu. Očigledno nisu sigurne koliko je ono do čega su došle dobro. Smeđokosa buca okreće laptop od sebe i nonšalantno pita ostale kolege: „Da li biste primetili ovaj znak na reveru ili džepu bele košulje?“ Ekipa pitanje dočekuje kao najnormalnije, zagleda se u ekran, svako ponešto prokomentariše. Devojke se vraćaju poslu.

Iako je u začetku tako krenulo, trend rada u kafeu danas više nije pitanje rezervnog prostora za rad ili sve većeg broja poslodavaca koji su shvatili da im je jeftinije i produktivnije da angažuju tzv. slobodnjake, nego da zaposle ljude za stalno. Ovaj trend sada je već pitanje potrebe za većom kreativnošću koju kancelarija, ali i rad kod kuće, svaki na svoj način, guše.

Štaviše, tu podlogu ovog trenda potvrđuje i nauka. Tim sa Severozapadnog univerziteta u Illinoisu, *Urbanam Šampejn*, koji je inače poznat po istraživanjima u ovoj oblasti, došao je do zaključka da određeni nivo buke koji je karakterističan za kafee utiče pozitivno na kreativnost ljudi. Nivo buke koji oni preporučuju kreće se od 50 do 75 decibela. Sve preko, kažu, deluje ometajuće. Oni tvrde i da splet zvukova koji je stalno prisutan u kafeima utiče pozitivno na fokusiranje na konkretna rešenja.

Upravo na ovoj logici milione poklonika stekao je i sajt *Coffitivity* (www.coffitivity.com) koji, između ostalog, ima i aplikaciju koja na 40 odsto volumena miksuje zvuke kafea, poput zveckanja šoljica i žamora, a na 60 odsto muziku koju sami birate. „Rezultat je perfektan miks koji vas održava fokusiranim i produktivnim“, ocenjuje magazin *Time* koji je ovaj sajt svrstao u 50 najboljih za 2013. godinu. Oni koji se odluče da isprobaju ovu aplikaciju trebalo bi imati na umu da mogu birati da li žele da se utepe u jutarnje zvuke kafea ili zvuke koji nastaju tokom ručka, da li im više prijaju zvuci pariskog ili brazilskog bistroa, te da li su radi da se druže sa studentima u univerzitetском kafeu ili gradskoj kafani.

Verovatno da ovom idejom nisu baš oduševljene kafedžije koje su u vreme krize, ali i sve veće konkurenčije obične prihvatile trend rada u kafeu, iako ta vrsta gostiju nije ona koja pravi značajne račune. Ali, malo je verovatno da će ova aplikacija, koja vam omogućava da ostanete kod kuće a uživate u atmosferi kafea, ugroziti njihove prihode jer ipak tu nedostaje ona čarobna formula: kofein + mafin + ljudi.♦

I N E Z & V I N U D H



Inez van Lamsverde i Vinud Matadina (danas estabirani kao Inez i Vinud) predstavljaju jedno od onih imena u svetu mode koji istovremeno izazivaju divljenje i duboko poštovanje. U svetu brutalne komercijalizacije i sveprisutne potrebe da se podiđe krajnje konvencionalnoj estetici, ovaj holandski duo svojim radom zaslžuje i mnogo više od toga. Njihove biografije (pojedinačne i zajedničke) predstavljaju divan primer kako se, baveći modom, lako prelazi iz jedne oblasti u drugu. Upoznali su se u amsterdamskoj školi mode, gde su

inicijalno oboje studirali modni dizajn, da bi svoje ime stekli u oblasti fotografije. Od samih početaka ovaj vid umetnosti za njih predstavlja mnogo kompleksniji diskurs od pukog fiksiranja predmeta želje. I dok se takve biografije danas sve češće sreću, oni ostaju pioniri fotografije koja prestaje da bude samo refleksija nečije tuđe modne estetike i postaje autonomni, ali relevantni modni stav.

Dugo godina se njihov rad tretirao kao avangardni i radikalni, da bi se danas Inez i Vinud uvažavali kao umetnici koji su

duboko uticali na preoblikovanje *main stream-a* u svim oblastima mode. Pažljivo birajući magazine, dizajnere i modne kuće koje će se naći u fokusu njihovog posla, uspeli su da do danas održe kreativnu tenziju u svojem radu, kao i da ostanu sveži i provokativni na pravi način. U poslednje dve sezone potpisuju kampanje HUGO BOSS-a, utičući na ovaj način u kreativnom prepozicioniraju brenda.♦

SAMSUNG

SAMSUNG
Galaxy S6 | S6 edge

NEXT IS NOW



POWERED BY
POSITIVE *Line*

SAMSUNG BRAND STORE SC Ušće II sprat
Bulevar Mihajla Pupina 4
Radno vreme: 10-22h
samsungbrandstore@positiveline.rs
011/312 06 93, 062/803 58 80

PRIVILEGE CLUB

Spisak partnera našeg kluba bogatiji je za nekoliko novih članova, pažljivo biranih kompanija koje su lideri u svojim delatnostima i baš kao i mi neguju odnos sa svojim klijentima.

Predstavljamo vam neke od njih kao i pogodnosti koje nude ekskluzivno za vlasnike kartica Movem Fashion Privilege kluba

Detaljnije informacije i pregled svih partnera možete pronaći na sajtu www.movem.rs



HOTEL SQUARE NINE

Studentski trg 9, Beograd
Tel. (+381 11) 33 33 500
www.squarenine.rs

Hotel Square Nine je prvi beogradski luksuzni hotel svetske klase, koji kombinuje lokalno gostoprimstvo sa prefinjenim dizajnom stvarajući elegantan i moderan ambijent u kojem je izuzetna pažnja posvećena svakom detalju. Smešten je u najatraktivnijoj, istorijskoj četvrti grada i predstavlja oazu prekrasnog enterijera i besprekorne usluge. Centralna gradska lokacija nudi neprevaziđenu beogradsku adresu za poslovne putnike, ali i za one koji putuju radi razonode. Square Nine donosi raskošan i prijatan karakter gradu kojim su dugo dominirali međunarodni hotelski lanci odvojeni od njegovog šarma i identiteta. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju mogućnost rezervacije smeštaja po posebnim korporativnim uslovima, popust od 15% na članarinu u Spa Centru i popust od 10% na usluge u restoranu Hotela Square Nine. Za detaljnije informacije kontaktirajte s Movem Fashion.



METROPOL PALACE

Bulevar kralja Aleksandra 69,
Beograd
Tel. (+381 11) 33 33 100
www.metropolpalace.com

Po svojoj spoljašnosti isti kao nekadašnji Metropol, hotel je obogaćen jednom novom linijom prefinjenog stila. Metropol Palace odiše osećajem mira i udobnosti, a širok izbor soba i apartmana i pogled na jedan od najlepših parkova, čine Metropol Palace luksuznim, modernim draguljem Beograda. Jedinstveni Spa centar Hotela Metropol Palace se prostire na 1.200 m² i poseduje 25 m dugački bazen, saunu, parno kupatilo, Jacuzzi, kao i teretanu opremljenu najsvremenijim spravama za vežbanje. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 15% na članarine u Spa centru, kao i mogućnost rezervacije smeštaja po posebnim korporativnim uslovima. Za detaljnije informacije kontaktirajte s Movem Fashion.



"BODY & MIND"

STOTT PILATES

Bulevar kralja Aleksandra 54 levo/
Tel. (+381 11) 32 33 622
www.body8mind.rs

BODY & MIND STOTT PILATES(R) Studio fokusira se na vaše telo s ciljem da vam pomogne da maksimalno poboljšate kretanje, snagu i fleksibilnost. Korišćenjem Matwork i Reformer mašina BODY & MIND instruktori dizajniraju treninge prilagođene vašem životnom stilu i individualnim potrebama, koji se održavaju u privatnim, poluprivačnim i časovima u malim grupama. U BODY & MIND studiju uživaćete u mirnom okruženju, u prijatnom svetlom prostoru koji odiše mirnoćom, gde možete da fokusirate svoj um na telo. I što je najvažnije, zahvaljujući personalizovanim pristupom STOTT PILATES® metode postići ćete očekivane rezultate. Članovi Movem Fashion Privilege klub dobijaju bonus trening.



HOTEL 88 ROOMS

Takovska 49, Beograd
Tel. (+381 11) 41 19 080
www.88rooms.com

Lakoća življenja, umeće pružanja - koncept je Hotela 88 Rooms i naša vizija gostoprimstva, rezultat nadahnutog rada mladog i kreativnog tima inspirisanog nesputanim beogradskim duhom. Vođeni individualnošću, obraćamo se svima vama koji umesto hladnog luksuza radite birate topli, prijateljski ambijent, a umesto stroge uniformnosti nemametljivi profesionalizam. Ukoliko od hotela ne očekujete samo sobu sa pogledom na grad, već i domaćina koji će vam dočarati beogradski duh, na pravom ste mestu. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju mogućnost rezervacije smeštaja po posebnim korporativnim uslovima.



CROWNE PLAZA

Vladimira Popovića 10, Beograd
Tel. (+381 11) 22 04 004
www.ihg.com

Crowne Plaza Beograd, prvi hotel ovog svetski poznatog lanca u Srbiji i regionu, počeo je da radi 31. decembra 2013. godine. Lanac Crowne Plaza deo je InterContinental Hotels Groupa, najveće hotelske korporacije na svetu. Hotel Crowne Plaza Beograd na 33.000 kvadratnih metara gostima nudi 416 soba, 12 sala za sastanke, dva restorana, lobi barove, poslastičarnicu. Na raspolaganju su im i fitness i spa centar i najveći hotelski bazen u Srbiji. Vlasnici Movem Fashion Privilege Klub kartice imaju mogućnost rezervacije smeštaja po posebnim korporativnim uslovima.



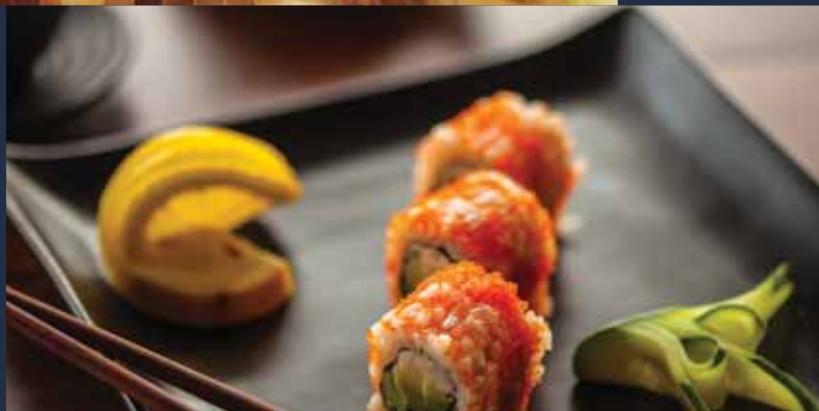
PODRUMI VUKOJE

Hrupjela 28, Trebinje
Tel. (+387 59) 27 03 70
www.podrum-vukoje.com

Podrumi Vukoje od 1982. godine se bave ograničenom proizvodnjom vrhunskih vina i alkoholnih pića. Vinarija se oslanja na moderne tehnologije, kontrolisane procese fermentacije i tradicionalne metode odležavanja vina u hrastovim barrique bačvama u podrumima osam metara ispod zemlje. Dobitnici su više od 80 zlatnih medalja za kvalitet svojih proizvoda na svim sajmovima regiona kao i na poznatim smotrama u Miljanu, Briselu, Parizu, Ženevi i Pragu, a nagrađeni su i Zlatnom poveljom za vinski turizam na 43. Novosadskom sajmu turizma. Poslednju deceniju Podrumi Vukoje su najbolja vinarija u BiH (četiri godine zvanično), te su predvodnik modernog talasa vinarstva u ovom delu Evrope. Za detaljnije informacije o pogodnostima za vlasnike MOVEM Fashion Privilege Klub kartice kontaktirajte s Movem Fashion.

SQUARE NINE

HOTEL BELGRADE



Restoran Ebisu

DA LI STE VEĆ REZERVISALI SVOJE MESTO?



THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD

STUDENTSKI TRG 9 / 11000 BEOGRAD

011 3333 500

WWW.SQUARENINE.RS

PRIVILEGE CLUB



CANTINA DE FRIDA
Karađorđeva 2-4, Beograd
Tel. (+381 11) 21 81 107
www.cantinadefrida.com

Restoran Cantina de Frida važi za jedno od prepoznatljivijih beogradskih mesta, koje odiše različitim bojama, ukusima i zvukovima. Smešten u najatraktivnijem delu grada, sa pogledom na ušće reka Save i Dunava, ovaj restoran nudi nesvakidašnju oazu koja, kao u vratometu, spaja nespojivo - nezaboravne dane i noći, koncerte koji se prepričavaju mesecima, neverovatne ukuse španske, meksičke, argentinske i mediteranske kuhinje, kao i doživljaj koji se ne da rečima dočarati. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 10% na celokupan račun u Cantina de Fridi.



KORTO CAFÉ AND MORE
Nušićeva 6, Beograd
Tel. (+381) 069 690 014

Korto Cafe and More je kafeterija, restoran i bar, ali u isto vreme i nešto sasvim drugačije od njih zahvaljujući širokoj ponudi. U kafeu Korto dan započnite DORUČKOM (omleti, tost sendviči, engleski doručak, tortilje...), nastavite sa ukusnim RUČKOM (potraži, obrok salate, paste, piletina, biftek, ramstek, losos, lignje...), a uz čašu vina ili koktel završite ga nekom KORTO SITNICOM (bruscheti, vinska plata, sendviči sa lososom i gorgonzolom...) ili se zasladićte nekom od POSLASTICA (čokoladni susle, NY cheese cake, nugat, sladoled...). A u večernjim satima dobro se provedite uz odličan izbor koktela, vina, piva, alkoholnih pića... Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 10% na celokupan račun u Korto Cafe and Moreu.



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

Hotel Townhouse 27 je autentičan boutique hotel u Beogradu, lociran u samom centru, u blizini Knez Mihailove ulice i Trga Republike. U ponudi ima luksuzne sobe i apartmane koji odgovaraju potrebama kako poslovne, tako i turističke posete Beogradu. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju mogućnost rezervacije smeštaja u Hotel Townhouse 27 po posebnim korporativnim uslovima. Za detaljnije informacije kontaktirajte s Movem Fashion.



SPLAV RESTORAN ŽABAR
Kej oslobođenja bb, Zemun
Tel. (+381 11) 31 91 226
www.zabar.rs

Splav restoran Žabar je porodični restoran s tradicijom dugom deceniju i po. Nalazi se na jednom od najlepših delova Zemunske obale reke Dunav, u blizini bivšeg Hotela Jugoslavija - Gant Casino. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice uz ručak imaju gratis desert.



S&L WATCHES AND JEWELRY
JOKIĆ Jewelery&Watches
Knez Mihailova 32, Beograd
Tel. (+381 11) 65 55 645
siknez@s-l.co.rs
www.s-l.rs

S&L Jewelry&Watches
Delta City, lok. 166, Beograd
Tel. (+381 11) 65 55 650
sldelta@s-l.co.rs

WATCH PLANET by S&L
Ušće Shopping Center, lok. 10,
Beograd
Tel. (+381 11) 31 21 722
watchplanet@s-l.co.rs

Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 10% na celokupan uvozni program S&L satova i nakita.



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

Vrhunska edukacija, profesionalizam, stručnost i kvalitet su osnovni principi na kojima se temelji razvoj frizerske ID Academy-je. ID tim s klijentima u salonu gradi partnerski odnos i pomaže im da postignu željeni izgled uz najbolju negu. Takode, koristi se vrhunska kozmetika za kosu Wella Professionals i tokom svakog koraka uvek je neko iz ID tima lično posvećen klijentima. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 10% na sve vrste frizerskih usluga.



FIZIO CENTAR
Španskih boraca 3, Beograd
Tel. (+381 11) 41 42 900
www.fiziocentar.rs

Fizio Centar je prvi uskospesijalizovan sportsko-rehabilitacioni centar za oporavak koji u svom sklopu ima specijalističku ordinaciju za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju. Sve vrste fizikalnih terapija: elektromišićna stimulacija, interferentne struje, TENS, laser, ultrazvuk, shockwave. Funkcionalni treninzi, fitboks, kardio trening, kros trening, parterna gimnastika, pasivno istezanje. Kardio trening sa trakama za trčanje, nordijskim skijanjem, stepperom, biciklom. Fizio Centar nudi najsvremeniju opremu: kinesis, arke, TRX, RIP, Kettlebell, Flowin, Spark program, ekspandere. Sve vrste sportskih, terapeutiskih i relaks masaža. Vlasnici MOVEM Fashion Privilege Club kartice imaju popust od 10% na članarinu.



POUZDAN PARTNER ZA VAŠ TRANSPORT I LOGISTIKU.

.....
Za više informacija, pozovite
011 310 55 00 ili posetite www.dhl.rs





Tintolino Family nastao je kao deo tradicije porodice Richardi, poreklom iz Formije, malog grada južno od Rima, od koje i sama vlasnica vodi poreklo. Postoje od 2008. godine i od tada do danas prošli su kroz razne faze. U početku su se najviše fokusirali da u direktnom kontaktu sa klijentom kreiraju njegovu unikatnu tortu, a onda je ponuda postepeno počela da

se proširuje. S obzirom na to da pripremanje kolača za Tintolino Family nikada nije bilo samo puko čitanje recepata, otišli su korak dalje. Veliko finale je nedavno otvaranje luksuzne poslastičarnice Dolce (Krunska 84) u kojoj će svi posjetioci moći da uživaju u proizvodima Tintolino Family. Prateći sva aktualna kulinar-ska zbivanja i koristeći razne

tehnologije, Tintolino Family stvorio je pobednički tim. Poznata krilatica "za sve od sedam do 77" može se u potpunosti primeniti na vrhunski kvalitet i raznovrsnost Tintolino Family ponude. Inspiracija su od početka bili predanost i kreativnost, a sada u novom prostoru a pod starim sloganom „Ništa slade“ kreiraju najbolju ponudu za sve klijente.



New Wave Project predstavlja najveću izložbu modnih editorijala širom Beograda. Ova manifestacija osmišljena kao vid afirmacije mladih umetnika u regionu, prošle godine je održana po drugi put, ovog puta uz podršku Movem Fashion-a.

Na konkursu su učestvovala 162 fotografa sa prostora bivše Jugoslavije, a kreativni tim i mentor projekta Miša Obradović odabrali su 10 fotografa: gostujuću fotografkinju iz engleske prestonice, Martu Lihtersku, Žarka Čulića iz Makedonije, Jovanu Mladenović,

Miomira Milića, Milicu Mrvić, Danila Pavlovića, Jovanu Rikalou, Jelenu Janković iz Srbije, Ivana Pavliša i Doris Fatur iz Hrvatske. Svaki od njih imao je zadatak da odgovori na zadatu temu editorijala inspirisanu šminkom, filmom, muzikom i različitim životnim stilovima, a njihovi radovi oplemenili su reklamni prostor 20 vozila gradskog prevoza, kao i 10 bilborda tokom prošle jeseni.

Editorijali su realizovani na različitim lokacijama u Srbiji, dok je jedan editorijal realizovan u Londonu sa tamošnjim timom,

što je bio korak ka uspostavljanju prvog međunarodnog projekta u domenu modne fotografije u Srbiji.

New Wave Project i njegovi autori Kristijan Vojinović, Teodora Petrović i Aleksandra Maša Stanković uveliko rade na realizaciji treće izložbe i želimo im uspešan rad!

Više informacija o projektu možete videti na Facebook strani www.facebook.com/neWave.project



Jokić - organska vina iz kamena
Vinarija Jokić, locirana u srcu Ravnih Kotara, između mora i Velebita koji stvaraju jedinstvene mikroklimatske uslove, spada među najveće vinarije severne Dalmacije. Vina Jokić nose oznake kvaliteta i

geografskog porekla. Pukotina u kamenu verno reprodukovana na Jokić etiketama na prvi pogled ukazuje kupcu da ova maraština, pošip, chardonnay i muškat žuti nisu obična vina, kao ni internacionalna poput rose-a-rosy ili tipičnog bordoškog

cuvee-a. Sliku upotpunjaje oznaka ORGANSKO-eko na poleđini, što će vam omogućiti da uživate u vinu a da vas sutradan ne boli glava. Na ovogodišnjim regionalnim i internacionalnim takmičenjima Jokić vina uzela su mnogobrojne zaslужene medalje.

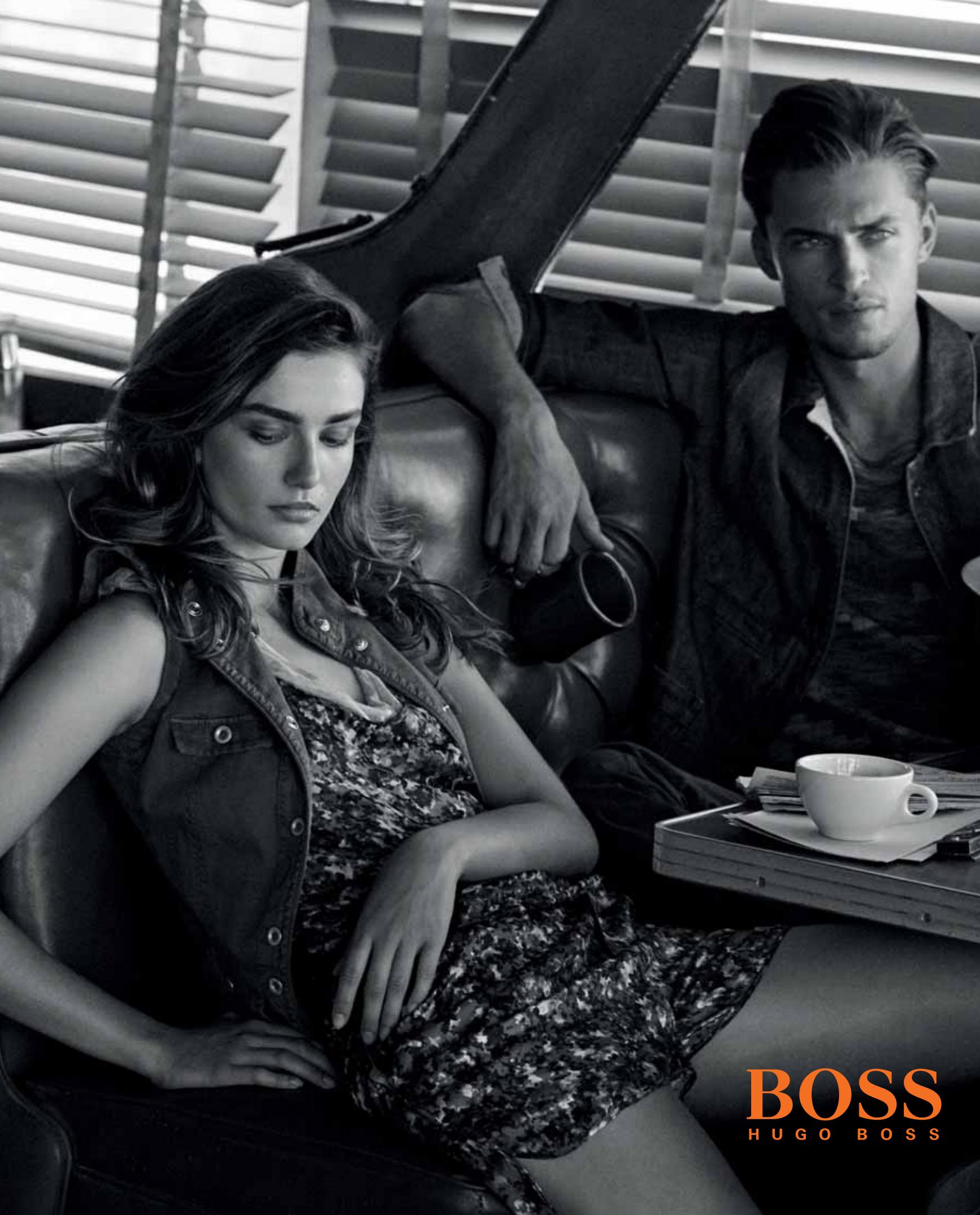


Teniski kompleks „Base Line“ - Oaza za rekreaciju i relaksaciju

Teniski kompleks „Base Line“ smešten je na jednoj od najatraktivnijih lokacija u Beogradu, na Košutnjaku. Zbog raznovrsnosti svojih sadržaja, koji uključuju pet teniskih terena, restoran inter-

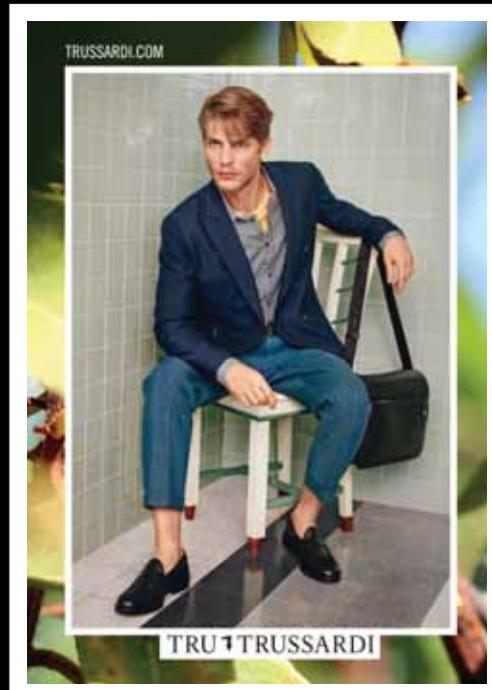
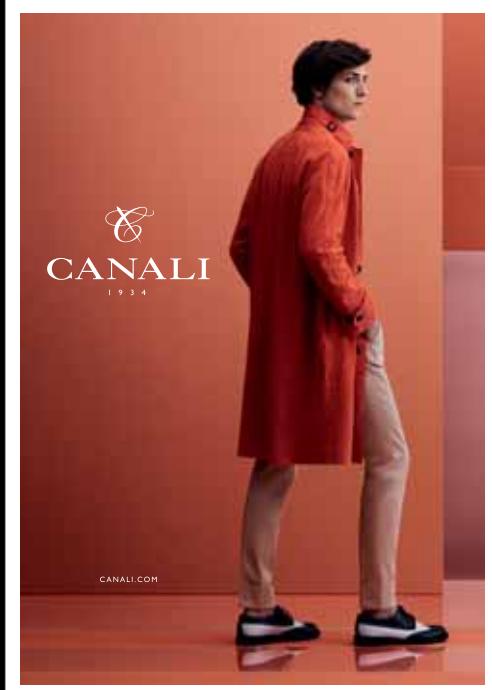
nacionalne kuhinje i igraonice za najmlađe u prelepom ambijentu, ovaj sportski kompleks predstavlja idealno mesto za ljubitelje belog sporta koji mogu uživati u tenisu rekreativno, takmičarski i školi tenisa tokom cele godine od 08.00 - 23.00 h.

MPS BASE LINE, OLIMPIJSKIH IGARA BR. 9, BEOGRAD
T: 063/320 522
www.megapromotion.rs



BOSS
HUGO BOSS

MOVEM fashion



BOSS STORE BEOGRAD
ZMAJ JOVINA 18,
ČIKA LJUBINA 12
T/F: +381 11 2622 081
M: +381 060 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

MOVEM FASHION OUTLET
FASHION PARK OUTLET CENTAR
VOJVODE PUTNIKA BB, INDIJA
T/F: +381 22 2100 125
M: +381 60 8121 061