

Caffe

magazin za
ugostiteljstvo i turizam

montenegro

SKREW BALL
PEANUT BUTTER WHISKEY



KIKIRISKI
Viski VANSERIJSKI



SALTY NUTS

SKREW
THE
Usual



Miks
ANTOLIGIJSKI



PEANUT BUTTER ESPRESSO MARTINI



+ ESPRESSO

Spoj
SUDBINSKI

Broj 233 / decembar/januar 2026 / Crna Gora / cijena 5 eura





an **AWAKENING**

Coffee is an experience,
which evokes feelings and
memories, it is a way
to take time and create
connections.

**HAUSBRANDT IS
THE PROTAGONIST
AND DIRECTOR OF
THESE MEMORABLE
EXPERIENCES.**

a **JOURNEY**

a **DATE**

a **MOMENT**

a **HUG**

a **DREAM**



Scan for Excellence



hausbrandt.it

Uvoznik za Crnu Goru PLUS d.o.o

swissôtel
RESORT KOLAŠIN

ZIMA U
VAŠEM
RITMU



reservations@kolasinvalleys.com
+382 67 991 992 (WhatsApp)

swissôtel / All ACCOR
LIVE
LIMITLESS

20% popusta
tokom čitave ski sezone!



LAMEX

Enterijer i eksterijer

LAMEX DOO DANILOVGRAD

Showroom: Vlada Ćetkovića 60 Podgorica 069 26 53 00

Proizvodnja: Grbe bb, Spuž 069 10 24 06 info@lamex.me

LAMEX.ME

MAT ENTERIJERSKE PLOČE PROIZVEDENE U SRBIJI.

REVELLUTΘ

by LAMEX





KARE
JOY OF
LIVING

UNESI PRAZNIČNI KARAKTER U SVOJ DOM!

Decembar je idealan trenutak da tvoj prostor zasija novom energijom. Ako želiš enterijer koji priča priču, bojama, oblicima i stilom, sada je pravo vrijeme. Namještaj, dekoracija i rasvjeta na rasprodaji čekaju da unesu toplinu, stil i prazničnu atmosferu u svaki kutak tvog doma.

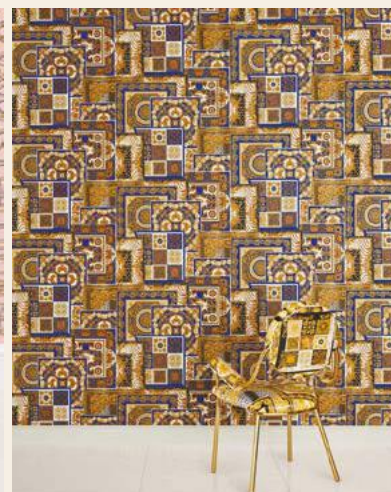
Velika KARE decembarska rasprodaja je u toku, posjeti naš shop i unesi praznični sjaj u svoj dom uz posebne popuste!



Posjetite nas!



 **MEGA
CONCEPT**



VERSACE TAPETE

Versace nije samo modni brend, već i simbol istančanog ukusa koji se sada preselio i u svet enterijera kroz njihove impresivne kolekcije tapeta. Sa dodirnom italijanske elegancije i hrabrom igrom boja i motiva, Versace tapete unose novu dimenziju u svaki prostor. Svaki dezen odiše bogatstvom detalja, od klasičnih, baroknih do modernih i apstraktnih šara koje ostavljaju jak vizuelni pečat.

Versace tapete su idealne za one koji žele da svojim domom zrače stilom i statusom, stvarajući predivan ambijent. Kombinacija luksuznih materijala i vrhunske izrade garantuje dugotrajnost i besprekoran izgled. Ukoliko tragate za tapetama koje su više od zidne dekoracije, Versace kolekcija donosi vam umetnost i glamur spojene u savršen balans.

megaconcept.rs

✉ office@megaconcept.rs

MORELLATO

VENEZIA 1930

Italian style since 1930

TIME+ WATCHES & JEWELRY | Mijana Vukova 25, Podgorica | 067 010 497 | TIMEPLUS.ME

TESORI COLLECTION
Sustainable sterling silver

TIME+
WATCHES & JEWELRY

Za verziju tebe koju najviše voliš

*Uz pažljivo odabrani makeup naglasite
svoj glamur i zasijajte kao najljepša
verzija sebe.*

*Bellezza by Dama –
izbor koji definiše ljepotu.*

Posjetite nas:

Business Tower Montenegro,
Cetinjski put bb, Podgorica

Boka place,
Porto Montenegro, Tivat

Srećni praznici!

 bellezza by
dama

ARTDECO


VIRGO

Dr Irena Eris
MAKE UP



Srečni prazniki!

DRV  **Mont**

OD TEMELJA DO USELJENJA

DISCOVER
A NEW ADRIATIC
BEGINNING IN
THE HEART OF TIVAT

Radisson **BLU**



SCAN QR FOR
MORE
INFORMATION

ALK
GROUP





**Najbolja praznična atmosfera?
Vjerovatno.**





VJEROVATNO NAJBOLJE  PIVO NA SVIJETU



★ ★ ★ ★ ★
restoran
PORTO
Podgorica

Restoran PORTO je u sklopu tradicionalne manifestacije "Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu" dobitnik nagrade za najbolji restoran u Podgorici za 2025. godinu od strane Turistička organizacija Podgorice.



Ovog decembra slavimo nagradu, slavimo i 8. rođendan!



Rosenthal



tehnobar

OPREMA ZA SITAN INVENTAR U UGOSTITELJSTVU

🏠 Nikšićki put b.b., Podgorica ✉ tehnobar@t-com.me
☎ + 382 20 262 091 | + 382 20 311 070 | +382 69 157 044



Caffe

magazin za
ugostiteljstvo i turizam

montenegro

DECEMBAR-JANUAR - 2026
DECEMBER-JANUARY - 2026

/SADRŽAJ/ /CONTENT/

16



Naslovna strana:
Pernod Ricard

16 RIJEČ UREDNICE

Kad se sretnu dvije godine

EDITOR'S WORD

When two years meet

76 PRAZNIČNI VODIČ KROZ CRNU GORU

Zimska čarolija između mora i planina

HOLIDAY GUIDE THROUGH MONTENEGRO

Winter magic between sea and mountains

80 PAB KVIZ MONTENEGRO

Ideja koja je okupila generacije kvizaša

PUB QUIZ MONTENEGRO

Idea that gathered generations of quiz lovers

120 LES TROIS VALLÉES: RAJ U TRI DOLINE ZA SKIJAŠE IZ CIJELOG SVIJETA

Nije to samo skijanje to je osjećaj slobode

LES TROIS VALLÉES: PARADISE IN THREE VALLEYS

FOR SKIERS FROM ALL OVER THE WORLD

It is not only skiing, it is a sense of freedom

112 JEDAN KLIK POKREĆE PROMJENU

CleanApp: See It. Report It. Fix It.

HONE CLICK SPARKS CHANGE

CleanApp: See It. Report It. Fix It



86 PRAG I KARLOVI VARI

Dvije priče, jedno putovanje
PRAGUE AND KARLOVY VARY
Two stories, one trip

106 BABA I UNUKA TOLJA I AMANDA BERIŠAJ

Tradicija stara četiri milenijuma nastavlja da živi
GRANNY AND GRANDDAUGHTER TOLJA AND AMANDA BERIŠAJ
Four-millennia-old tradition lives on

100 BIHORSKI ČILIM - NEMATERIJALNO KULTURNO DOBRO CRNE GORE

Simbol prohujalih vremena
BIHOR KILIM – MONTENEGRIN INTANGIBLE CULTURAL PROPERTY
Symbol of bygone times



FACEBOOK
caffemontenegro



INSTAGRAM
caffe.montenegro



WEBSITE
www.caffe.montenegro.me



E-MAIL
redakcija.caffe.montenegro@gmail.com

IMPRESSUM

DIREKTOR/DIRECTOR Danko Jakanović **PROGRAMSKI DIREKTOR/PROGRAMME MANAGER Peđa Zečević** **GLAVNA I ODGOVORNA UREDNICA/EDITOR-IN-CHIEF Sanja Golubović** **GRAFIČKA UREDNICA/GRAPHIC EDITOR Marta Jovičević** **ILUSTRACIJE/ILLUSTRATIONS Freepik** **FOTOGRAFIJA/PHOTOGRAPHS Vedran Ilić, Risto Božović, Jovan Radulović, Nenad Mandić, Depositphotos, Unsplash, Pexels** **SARADNICI/ASSOCIATES Krstinja Zečević, prof. Ana Jakić, prof. dr Ivo Županović, Leka Dedivanović, Maja Nikolić, Danijela Vukčević, Željka Kasalica, Vladimir Jakanović, Mladen Golubović, Jelena Čupić, Ilir Gojčaj** **PREVODI/TRANSLATION Joško Kateran** **DIREKTORICA MARKETINGA/MARKETING MANAGER Maja Andesilić** **ŠTAMPA/PRINTING Merktor Bijelo Polje**

CAFFE MONTENEGRO - ČASOPIS ZA UGOSTITELJSTVO I TURIZAM
CAFFE MONTENEGRO - HOSPITALITY AND TOURISM MAGAZINE
OSNIVAČ/FOUNDER PARTNER MEDIA d.o.o. **PIB/TIN - 03298116**
SJEDIŠTE FIRME/CORPORATE HEADQUARTERS Tovička 107, Nikšić
TEL/fax 020/653-271
MOB 067 083 947

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna biblioteka Crne Gore, Cetinje

ISSN 1800-5748 = Caffè Montenegro (Podgorica)
COBISS.CG-ID 10929168

Datum izdavanja/Issue date 05.12. 2025.
Tiraž/Circulation 3 000



KAD SE SRETNU dvije godine



Piše | Written by
Sanja Golubović

Kao da je juče bilo — topli pijesak pod stopalima, njegova zrnca koja klize kroz prste kad ga uhvatimo u šaci, poput pješčanog sata. Kao da je juče bio snijeg lanjski. I opet stojimo tu, čekamo novi snijeg do dana kada ćemo opet bosonogi hodati pješčanom obalom...

Vrijeme... od nove do nove godine. Vrijeme koje računamo kalendarski... a zapravo traje u svakom zrnu pijeska, u svakom snježnom trenutku, u svakom dahu između.

Postoji taj fini trenutak u kojem se decembar i januar dodirnu u prolazu...

Praznični dani donesu svoj uobičajeni tempo: lampice, trpeza, puna čaša i planovi koje pravimo kao da će ih neko provjeravati. Ali baš tada vrijedi zastati. Ne da bismo sabirali uspjehe, već da bismo se povezali s onim što nam zaista prija. Nekad je to mir u stanu u kojem konačno čujemo sopstvene korake. Nekad pun sto ljudi koje volimo. Nekada putovanje daleko...

A nekad, među svim tim svjetlima, tiho zatreperi i ona druga strana praznika — ona u kojoj nas zaboli mjesto koje je ostalo prazno. Ljudi koji bi danas nešto dobacili, nasmijali nas, zagrlili onako kako samo oni umiju. Ta tuga je mekana, gotovo nevidljiva, ali je tu. I u njoj ima nježnosti: dokaz da *ljubav nikada ne nestane, samo promijeni oblik.*

Neću vam poželjeti klasičnu srećnu Novu godinu — to će uraditi svi. Umjesto toga, želim da vam predstojeći period bude takav da se osjećate sto odsto dobro i svoji. Da dozvolite sebi da birate ono što vam prija, ne ono što se očekuje. Uostalom, *praznici nikada nijesu bili takmičenje, već mala vježba radosti.*

U ovom dvobroju Caffe Montenegro vodimo vas kroz zimske rituale koji imaju ukus putovanja, topline i malo luksuza koji je zapravo mjerljiv u osjećajima, ne u budžetu. Donosimo priče o mjestima koja vas namještaju na sporiji ritam —

onaj koji otvara prostor za uživanje. Od zimskih eskapizama uz more i planinu, preko restorana koji čuvaju tradiciju u modernim formama, do ljudi koji svojim talentom stvaraju doživljaje koji traju duže od jedne noći.

Tu su i male ideje za januar — za reset, za nova iskustva, za sve one trenutke koji *ne moraju biti veliki da bi bili važni.*

Nazdravimo svemu što nas čeka, i svemu što ćemo ostaviti iza sebe.

I posebno: onome i onima koji se ne vide, ali ih nosimo u srcu.

Uživajte u dvobroju — on je takođe prelaz iz jedne godine u drugu... Uživajte u sebi. Uživajte u svemu što vam dolazi. ❄️



Sanja Golubović

EDITOR'S *letter*

WHEN TWO years meet

It seems only yesterday — warm sand under our feet, its grains slipping through our fingers, like an hourglass. As if last year's snow was yesterday. And we are standing here again, waiting for the new snowfall until the day we will again be walking barefoot on the sandy beach... The time... from the New Year to the New Year. The time we count with the help of the calendar... whereas in fact it lasts in every grain of sand, in every snowy moment, in every breath in between.



it is a table at which there are people we love. Sometimes, it is a long journey ...

A sometimes, among all the lights, another side of the holiday makes a silent flicker — the one when we feel the pain at the sight of an empty spot. The people who would say a word or two, who would make us laugh, who would embrace us in their own way. That sorrow is soft, almost invisible, but it is there. There is tenderness in it: proof that *love never disappears; it only changes its form.*

I am not going to wish you a typical Happy New Year — everybody will do that. Instead, I wish for the forthcoming period to be such that you feel

one hundred percent well and yourselves. To allow yourselves to choose what pleases you, and not what is expected. At any rate, *holidays have never been a competition, but a small exercise of joy.*

In this dual issue of Caffe Montenegro we are taking you through winter rituals with the taste of journeys, warmth and a bit of luxury which is actually measurable through feelings and not through budget. We are bringing you the stories about the places which set you up at a slower rhythm — the one which opens a space for enjoyment. From winter escapisms by the seaside and to the mountains, through the restaurants which preserve tradition in modern forms, to the people who use their talents to create experiences which last longer than one night.

There are also some ideas for January — for the reset, for new experiences, for all those moments which *need not be big to be important.*

Let's toast to everything that lies ahead of us, and to everything we are going to leave behind.

And especially: to those things and those people who are not visible, but which/who we keep in our heart.

Enjoy this dual issue — it is also a transition from one year to another ... Enjoy yourselves. Enjoy everything that comes your way. ❄️

There is that fine moment in which December and January touch in passing...

Festive days bring their usual pace: lamps, dinner table, full glass and plans we make as though someone is going to look into them. But right then, it is worthwhile making a pause. Not to add the successes up, but to get connected with what really pleases us. Sometimes, it is a peace in our home where we finally manage to hear our own steps. Sometimes,

PORTONOVI NAJAVLJUJE PRAZNIČNI PROGRAM





KLJUČNI PRAZNIČNI TERMINI U PORTONOVOM

CEREMONIJA PALJENJA NOVOGODIŠNJE JELKE

* Subota, 6. decembar | 17:00

SVEČANO OTVARANJE PRAZNIČNOG BAZARA

* Nedjelja, 12. decembar | 17:00

DOLAZAK DJEDA MRAZA

* Srijeda, 24. decembar | 17:00

DJ MA KHE & DJ LUCKY DEE

* Srijeda, 31. decembar | 12:00

PORTONOVIM NOVOGODIŠNJA TRKA

* Subota, 3. januar | 19:00

Potrebna je prethodna registracija.

KLIZALIŠTE

* 12. decembar – 11. januar
Otvoreno svakog dana.



ZIMSKI ODMOR NA OBALI

Nakon još jednog živopisnog i dinamičnog ljeta, Portonovi dočekuje zimske mjesece programom koji potvrđuje zašto je ovo destinacija za posjetiti tokom cijele godine. Praznična sezona u Portonovom donosi pažljivo osmišljene događaje i atmosferu koja svaki boravak čini posebnim, bilo da dolazite na jedan dan, vikend ili duži zimski odmor.

već godine rizort predstavlja interesantan novi sadržaj u sezonskoj ponudi: **otvoreno klizalište na Marina trgu.** Dizajnirano da upotpuni

već prepoznatljivu zimsku scenografiju Portonovog i popularni Praznični bazar, klizalište obećava novu energiju u rizortu. Porodice, djeca i parovi mogu uživati u opuštenoj zimskoj aktivnosti na samo nekoliko koraka od mora, uz pogled na međunarodno priznatu Portonovi marinu.

Praznična dekoracija i svjetlosne instalacije ponovo transformišu Portonovi u gostoljubivo zimsko utočište. Posjetioce očekuje dobro poznata toplina Prazničnog bazara, muzički nastupi i okupljanja za sve generacije. Od svečanog paljenja novogodišnje jelke do a cappella večeri i dnevnih DJ setova, program donosi dinamičnu, a ipak prefinjenu atmosferu tokom decembra i početkom januara. →

Za porodice, ova sezona podsjeća na *tradicije* kojima se rado vraćaju, poput *dolaska Djeda Mraza* i njegovih *vilenjaka 24.* decembra, trenutka koji je postao *nezaobilazan dio prazničnog identiteta Portonovog*



Za porodice, ova sezona podsjeća na tradicije kojima se rado vraćaju, poput dolaska Djeda Mraza i njegovih vilenjaka **24. decembra**, trenutka koji je postao nezaobilazan dio prazničnog identiteta Portonovog. Ljubitelji rekreacije i boravka na otvorenom očekuje **Portonovi Novogodišnja trka 3. januara**, uz fantastičnu rutu u kojoj će svi uživati.

Zima u Portonovom prevazilazi sam programski sadržaj. Blaga klima, prostrane promenade i mirna atmos-

miran boravak, i sezonski kalendar koji nudi pravu notu prazničnog duha, Portonovi je idealno mjesto za doživjeti tišu, rafiniraniju stranu jadranske obale.

Kompletan praznični program dostupan je online, a rezervacije za zimske boravke su otvorene. Ove sezone, Portonovi poziva posjetioce da uživaju u drugačijem prazničnom duhu – oblikovanom elegancijom, toplinom i trenucima koji traju i nakon što se svjetla ugase. *



fera čine rizort privlačnim izborom za putnike koji traže prefinjen sezonski odmor. Gosti mogu uživati u tihim jutarnjim šetnjama uz more, istraživati bogatu gastronomsku ponudu ili se jednostavno opustiti i napuniti energiju u premium rezidencijama.

Za one koji planiraju zimski vikend, porodični praznični izlet ili novogodišnji bijeg, Portonovi pruža ambijent u kojem se udobnost i atmosfera prirodno prožimaju. Uz smještaj osmišljen da ponudi elegantan i

Pogledajte kompletan program praznične sezone na zvaničnom sajtu:

<https://portonovi.com/me/festiveseason>



PORTONOVİ ANNOUNCES ITS FESTIVE PROGRAM



A REFINED SEASIDE *ESCAPE THIS WINTER SEASON*

After another vibrant and buzzing summer, Portonovi welcomes the winter months with a program that highlights why this destination continues to stand out year-round. The festive season at Portonovi brings carefully curated events and an atmosphere that makes every visit feel special, whether guests come for a day, a weekend, or a longer winter escape.

KEY FESTIVE DATES AT PORTONOVİ

NEW YEAR TREE LIGHTING CEREMONY

★ Saturday, December 6 | 17:00

FESTIVE MARKET OPENING CEREMONY

★ 12. december | 17:00

SANTA CLAUS ARRIVAL IN PORTONOVİ

★ Wednesday, December 24 | 17:00

DJ MA KHE & DJ LUCKY DEE

★ Wednesday, December 31 | 12:00

PORTONOVİ NEW YEAR'S RUN

★ Saturday, January 3 | 19:00

Advance registration required.

ICE SKATING RINK

★ December 12 - January 11

Open daily.

This year, the resort introduces a notable addition to its seasonal offering: an open-air ice-skating rink at Marina Square. Designed to complement the already recognizable Portonovi winter setting and beloved Festive Market rink brings a new layer of energy to the village. Families, children, and couples can enjoy a relaxed winter activity just steps away from the sea, overlooking internationally acclaimed Portonovi Marina.

Holiday decorations and light installations once again transform Portonovi into a welcoming winter haven. Visitors can expect the familiar warmth of the Portonovi Festive Market musical performances, and festive gatherings that appeal to guests of all ages. From the ceremonial lighting of the New Year Tree to a cappella music evenings and daytime DJ sets, the program creates a lively yet elegant atmosphere throughout December and early January.

For families, the season brings beloved traditions such as the annual visit from Santa Claus and his elves on December 24, a moment that has become an essential part of Portonovi's festive identity. Meanwhile, recreational runners and outdoor enthusiasts can welcome the New Year with the Portonovi New Year's Run on January 3, set against a backdrop where mountains meet the Adriatic. →





Winter in Portonovi goes beyond the events program. The resort's mild climate, spacious promenades, and serene ambience make it an appealing choice for travelers seeking a refined seasonal getaway. Guests can enjoy peaceful mornings by the sea, explore the vibrant

and a seasonal calendar that adds just the right amount of celebration, Portonovi is an ideal place to experience the quieter charm of the Adriatic.

The full festive program is available online, and reservations for winter stays are now open. This season, Portonovi invites visitors to enjoy a different kind of holiday spirit—one shaped by elegance, warmth, and moments that linger long after the decorations come down. ●

For families, the season brings beloved *traditions* such as the annual visit from *Santa Claus* and his elves on *December 24*, a moment that has become an *essential part of Portonovi's festive identity*

Have a look at the full festive season program on the official website:

<https://portonovi.com/en/festiveseason>



culinary scene, or simply relax and recharge within the premium residences.

For those planning a winter weekend, a festive family trip, or a New Year escape, Portonovi provides a setting where comfort and atmosphere naturally come together. With accommodation options designed for privacy and style,



*Svako dobro,
svaki dan*



Srećni praznici!

 **VOLI**



SKREWBALL
PEANUT BUTTER WHISKEY



FLAVOURED LIQUOR

TO THE WINSTON, BLACK SHEEP AND SKREWBALL

750ml 40% ALC/VOL (80 PROOF) © 2018 SKREWBALL

SKREWBALL
PEANUT BUTTER WHISKEY




SKREWBALL
 PEANUT BUTTER WHISKEY

SKREW THE USUAL

Skrewball je nastao 2018. godine u San Dijegu, iz pobunjeničkog duha i ljubavi prema smjelim, neobičnim ukusima.

U malom baru u Ocean Beachu, osnivač Steven Yeng, kambodžanski imigrant, poslužio je shot/koktel od kikiriki putera i viskija koji je odmah postao hit. Zajedno sa suprugom Brittany – hemičarkom i bivšom advokaticom – pretvorili su taj popularni koktel u potpuno novi viski sa karakterom i stavom.



Od samog početka, osnivači su lično punili, etiketirali i pakovali svaku bocu, dajući brendu autentičan, lični početak. Skrewball je kikirikiputer viski sa stavom: glatka baza viskija spojena sa prirodnim ukusom kikiriki putera i dodirrom šećera od trske, stvarajući sladak i slan duh koji je zabavan, pristupačan i vrlo neobičan.



Može se piti čist, na ledu ili u kreativnim koktelima.

U samo nekoliko godina, Skrewball je postao jedan od najbrže rastućih brendova viskija u SAD, impresionirajući skeptike smjelim konceptom i kvalitetom. 2023. godine, globalni gigant Pernod Ricard kupio je većinski udeo, prepoznajući Skrewball kao prvi super-premium kikirikiputer viski – pionir koji redefiniše šta viski može biti.

Skrewball nije samo piće – to je proslava drugačijeg, zdravica „crnim ovcama“ i svima koji se usuđuju biti originalni i svoji. U svijetu tradicije, dokaz je da najne očekivanije ideje prave najveći utisak. ●



**SKREWBALL JE POSTAO
JEDAN OD NAJBRZE
RASTUĆIH BRENDOVA
VISKIJA U SAD**







SKREWBALL
PEANUT BUTTER WHISKEY

SKREW THE USUAL

Skrewball was born in 2018 in San Diego, fueled by a rebellious spirit and love for bold, unconventional flavors.

In a small Ocean Beach bar, founder Steven Yeng, a Cambodian immigrant, served a peanut-butter-and-whiskey shot that immediately became a hit. Together with his wife Brittany – a chemist-turned-lawyer – they turned that beloved cocktail into a bottled whiskey, crafted with heart and personality.

From the very beginning, the founders personally filled, labeled, and packaged each bottle themselves, giving the brand a hands-on, authentic start. Skrewball is peanut-butter whiskey with attitude: smooth



WITHIN A FEW YEARS, SKREWBALL BECAME ONE OF THE FASTEST-GROWING SPIRITS IN THE U.S.

whiskey blended with natural peanut butter and a touch of cane sugar, resulting in a sweet-and-savory spirit that’s fun, approachable, and unapologetically different. Enjoy it neat, on ice, or in creative cocktails.

Within a few years, Skrewball became one of the fastest-growing spirits in the U.S., impressing skeptics with its bold concept and high-quality execution. In 2023, global spirits giant Pernod Ricard acquired a major-

ity stake, recognizing Skrewball as the first super-premium peanut butter whiskey – a trailblazer redefining what whiskey can be.

Skrewball isn’t just a drink – it’s a celebration of difference, a toast to misfits and those who dare to be original. In a world of tradition, it proves that sometimes the most unexpected ideas make the biggest impact. ●



TEMA
BROJA

KO
OBLIKUJE
SVJETSKI
URBANI
TURIZAM

TAMO GDJE JE NASTUPILO NOVO VRIJEME NA VRIJEME

Najveće svjetske metropole postaju laboratorije budućnosti — mjesta gdje se spajaju održivost, arhitektura i tehnologija. Gradovi poput Singapura, Kopenhagena, Tokija, Dubajja i Barcelone već danas pokazuju kako će izgledati turizam u svijetu koji dolazi.



**SINGAPUR JE PIONIR IDEJE
DA GRAD MOŽE BITI BOTA-
NIČKA BAŠTA I TEHNOLOŠKI
CENTAR ISTOVREMENO**

Gardens by the Bay
© Depositphotos



**Nordhavn je dizajniran tako da
je lakše hodati, voziti biciklo
ili koristiti javni prevoz nego
voziti automobil.**

© Shalbha Sarda



Gardens by the Bay
© BLOX



Copenhill © Depositphotos

Tekst: SANJA GOLUBOVIĆ

SINGAPUR- ZELENI FUTURIZAM U PRAKSI

Singapur je pionir ideje da grad može biti botanička bašta i tehnološki centar istovremeno. Održivi neboderi prekriveni biljkama, futuristički parkovi i inovativna urbana rješenja čine ga destinacijom koja inspiriše svijet.

Šta vidjeti:

GARDENS BY THE BAY – spektakl “superstabala”.

MARINA BAY SANDS SKYPARK – pogled na najuređeniji horizont Azije.

CHANGI JEWEL – najveći zatvoreni vodopad na svijetu, u sklopu aerodroma.

Singapur je pionir ideje da grad može biti botanička bašta i tehnološki centar istovremeno. Održivi neboderi prekriveni biljkama, futuristički parkovi i inovativna urbana rješenja čine ga destinacijom koja inspiriše svijet.

KOPENHAGEN JE PREDVODNIK U ZELENO TRANSPORTU, CIRKULARNOJ ARHITEKTURI I PAMETNIM RJEŠENJIMA

KOPENHAGEN- PRIJESTONICA ODRŽIVOG ŽIVLJENJA

Danska je već godinama prvi primjer uspješnog spajanja ekologije, dizajna i urbanog šarma. Kopenhagen je predvodnik u zelenom transportu, cirkularnoj arhitekturi i pametnim rješenjima koja život čine sporijim, ljepšim i smislenijim.

Šta vidjeti:

COPENHILL – elektrana na čijem krovu se skija.

BLOX HUB – centar urbanizma i dizajna.

NORDHAVN – najnapredniji zeleni kvart Skandinavije. →



TOKIO: OD PODZEMNIH VRTOVA DO HOTELA SA HUMANOIDNIM RECEPCIONERIMA

TeamLab Borderless
© TeamLab



Shibuya sky
© Depositphotos

TOKIO - TRADICIJA KOJA HODA PREMA BUDUĆNOSTI

Tokio je grad u kojem se robotske inovacije i zen filozofija kreću istim ritmom. Od podzemnih vrtova do hotela sa humanoidnim recepcionerima, japanska prijestonica je utočište za putnike koji žele da iskuse najbolju varijantu budućnosti.

Šta vidjeti:

TEAMLAB BORDERLESS – muzej koji briše granicu između umjetnosti i tehnologije.

SHIBUYA SKY – panoramska platforma iznad najvećeg ukrštanja na svijetu.

NOVI YOYOGI STADION – spoj minimalizma i savremenog inženjeringa



Burj Khalifa
© Depositphotos

DUBAI: TU SE SVE DEŠAVA „PRIJE VREMENA“

Muzej budućnosti
© Depositphotos

DUBAI - TEATAR ARHITEKTONSKE MAŠTE

Dubai je globalni poligon za najambicioznije građevinske eksperimente. Od oblika, materijala i visina, do potpunog redizajna turističkog iskustva - tu se sve dešava „prije vremena“.

Šta vidjeti:

MUSEUM OF THE FUTURE – ikona dizajna i tehnologije.

BURJ KHALIFA – najviša građevina na svijetu.

DUBAI CREEK HARBOUR – novi urbani centar sa najnaprednijim pametnim rješenjima.



Superblocks
© Tomorrow's Build/YouTube

Šta vidjeti:

SUPERBLOCKS (SUPERILLES) – koncept koji ulice vraća ljudima.

MAREMAGNUM WATERFRONT – transformisana obala kao simbol otvorenosti.

TORRE GLÒRIES VIEWPOINT – savremeni pogled na vjekove koji koegzistiraju.

BARCELONA - GRAD KOJI SPAJA UMJETNOST I URBANU REGENERACIJU

Barcelona je dokaz da se istorijsko tkivo grada može modernizovati, a da se ne izgubi duša. Pametne ulice, kulturni klasteri i projekti urbane regeneracije učinili su je pionirskom ljudski orijentisanom planiranju.



MAIN TOPIC
OF THE EDITION

WHO IS SHAPING GLOBAL URBAN TOURISM

Hamburg
© Depositphotos

SINGAPORE - GREEN FUTURISM IN PRACTICE

Singapore is a pioneer of the idea that a city can at the same time be a botanical garden and a centre of technology. Sustainable skyscrapers covered in vegetation, futuristic parks and innovative urban solutions make it a destination which inspires the world.

What to see:

GARDENS BY THE BAY – spectacle of “iconic Supertrees”.

MARINA BAY SANDS SKYPARK – view of the most orderly horizon of Asia.

CHANGI JEWEL – the biggest indoor waterfall in the world, within the airport.

Marina Bay Sands and Artscentre
museum in Singapore
© Depositphotos

WHERE NEW TIME HAS COME IN TIME

The world's biggest metropolises are becoming the laboratories of the future — places where sustainability, architecture and technology are merged. The cities like Singapore, Copenhagen, Tokyo, Dubai and Barcelona are already demonstrating what tourism will look like in the world to come.

Written by: **SANJA GOLUBOVIĆ**

COPENHAGEN - SUSTAINABLE LIVING CAPITAL

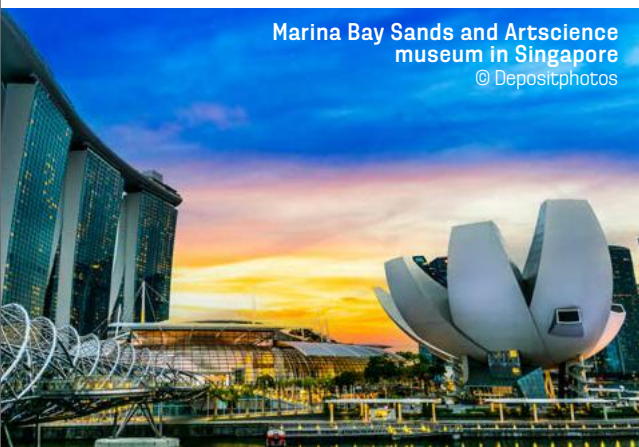
For years, Denmark has been a real example of successful merger of ecology, design and urban charm. Copenhagen is a forerunner in the field of green transport, circular architecture and smart solutions which make life slower, nicer and more meaningful.

What to see:

COPENHILL – combined waste-to-energy power plant and public recreational facility featuring a dry ski slope on its roof.

BLOX HUB – urban planning and design centre.

NORDHAVN – the most advanced green neighbourhood of Scandinavia. →





Sustainability and liveability are at the core of this once-industrial neighbourhood
© Shalbha Sarda



Dubai Creek Harbour
© Topaddress.ae



TeamLab Borderless
© Depositphotos

DUBAI - THEATRE OF ARCHITECTURAL IMAGINATION

Dubai is a global training ground for the most ambitious construction experiments. From the shapes, materials and heights, to the complete redesign of tourist experience — there, everything happens “ahead of time”.

What to see:

MUSEUM OF THE FUTURE – design and technology icon.

BURJ KHALIFA – world’s tallest structure.

DUBAI CREEK HARBOUR – new urban centre featuring the most advanced smart solutions.

TOKYO - TRADITION MAKING STRIDES TOWARDS THE FUTURE

Tokyo is a city where robotic innovations and Zen philosophy follow the same rhythm. From underground gardens to hotels with humanoid receptionists, Japanese capital is a shelter for travellers desirous of experiencing the best version of the future.

What to see:

TEAMLAB BORDERLESS – museum which blurs the boundary between art and technology.

SHIBUYA SKY – panoramic platform above the world’s biggest pedestrian crossing.

NEW YOYOGI STADIUM – combination of minimalism and modern engineering.

BARCELONA - THE CITY WHICH COMBINES ART AND URBAN REGENERATION

Barcelona is a proof that historical tissue of a city can be modified without losing the soul. Smart streets, cultural clusters and urban regeneration projects have made it a pioneer of people oriented planning.

What to see:

SUPERBLOCKS (SUPERILLES) – concept which the streets back to people.

MAREMAGNUM WATERFRONT – transformed seafront as a symbol of openness.

TORRE GLÒRIES VIEWPOINT

– contemporary view of the coexisting centuries. ●





TEQUILA'S
BEST
KEPT
SECRET



Tequila
CÓDIGO
1530





LUŠTICA BAY

MEDITERANSKA KULISA

praznične čarolije

ZIMA KOJA SE PAMTI

Luštica Bay ove zime kreira posebnu dimenziju praznične sezone i već je primorska pozornica s pregršt koncerata, radionica i susreta koji spajaju elemente različitih prazničnih tradicija. Bogatim kalendarom događaja, raskošnom dekoracijom i večernjom prazničnom rasvjetom koja joj daje posebnu magiju, Luštica Bay se izdvaja kao najšarmantnija destinacija na Jadranu, idealno smještena nadomak Kotora, Tivta i Budve. Među

adresama za boravak, The Chedi Luštica Bay je omiljena kao i rezidencije za iznajmljivanje: mjesta na kojima je doček srdačan, program bogat, a atmosfera topla i praznična.

ZIMSKA ČAROBNA ŠUMA OD 100 JELKI

Središnje mjesto prazničnog programa zauzima Winter Wonderland hotela The Chedi Luštica Bay. U periodu od 12. decembra do 8. januara, restoran The Spot promenade



se preobražavaju u bajkovitu šumu oblikovanu prirodnim jelkama: njih gotovo stotinu, koje će po završetku manifestacije biti donirane za pošumljavanje Crne Gore. Poseban šarm ovoj zimskoj scenografiji daju praznične gastronomske stаницe: od Kućice slatkih i slanah zalogaja i Radionice sendviča, preko sirnih čarolija u House of Cheesy Wonders, toplih napitaka u North Pole Café i koktela u The Pub-u, pa sve do razigrane Šume slatkiša, koje zajedno stvaraju ukusan i raznovrstan doživljaj za posjetioce svih uzrasta. Na repertoaru su aktivnosti poput druženja sa Djeda Mrazom u Mrazovom iglou, oslikavanju lica, radionice dekoracije kolača i projekcije božićnih filmova.



BORAVAK TOKOM PRAZNIKA PODLIJEŽE POSEBNIM CIJENAMA U KOJE SU UKLJUČENI BOGAT DORUČAK, PRISTUP SPA CENTRU I WINTER WONDERLAND ISKUSTVO

THE CHEDI: ADRESA ZA BOŽIĆ I NOVU GODINU

Božićni ručak (25. decembra i 7. januara) od tri ganga kojima kulinarski tim odaje počast ovom svečanom danu i sezoni, jelima spremljenih od sezonskih namirnica služi se u restoranu The Spot, koji je i mjesto svečanog dočeka Nove godine, sa nastupom *Nine Žižić* uz à la carte i set meni od 5 gangova. **Restoran The Japanese** je adresa za doček s à la carte i ekskluzivnim Omakase menijem od 7 gangova za one koji traže visoko profinjene gastronomske doživljaje dok je banket sala hotela u "najluđoj noći" rezervisana za carstvo najmlađih uz dječiji švedski sto, animaciju, muziku i druženje sa Djeda Mrazom.

Boravak tokom praznika podliježe posebnim cijenama u koje su uključeni bogat doručak, pristup Spa centru i Winter Wonderland iskustvo.

Tokom produženog vikenda hotel organizuje niz besplatnih aktivnosti za svoje goste, od večernjih posjeta Spa centru i dinamičnih intervalnih treninga, do meditacije plutanjem, jutarnjih sesija joge, treninga visokog intenziteta i zvučnih terapija. Ovaj vikend program istovremeno inspiriše, opušta i obogaćuje boravak tokom praznične sezone, dodajući mu notu brige o sebi koja savršeno upotpunjuje zimski ambijent. →



LUŠTICA BAY REZIDENCIJE – ZIMA S OSJEĆAJEM KAO KOD KUĆE

U okviru naselja Luštica Bay, pored hotelskog smještaja, gostima su na raspolaganju i **savremeno opremljene rezidencije sa jednom do tri spavaće sobe**. Boravak u ovim rezidencijama omogućava gostima da se, na kraće ili duže vrijeme, osjete kao stanovnici novog grada na obali i dožive zimsku primorsku idilu, uz korišćenje svih sadržaja na destinaciji i učešću u



iskustvima na destinaciji. Zimske posebne ponude su kreirane tako da budu kompatibilne različitim tipovima i dužini boravka – od “bijega” za vikend, porodičnog odmora i opuštenog zimskog užitka na moru, do dužih boravaka uz posebne cijene za lokalne i regionalne goste. Dostupne su i specijalne ponude koje uključuju **benefite na golf vježbalištu i wellness elemente**, idealne za sve koji žele dodatan nivo komfora i aktivnosti.

CENTRALE HOTEL – MJESTO SUSRETA TOKOM PRAZNIČNE SEZONE

Novootvoreni **Centrale Luštica Bay by Angsana hotel** je sa svojih 27 soba prava oaza udobnosti. Njegov istovremeno praktičan, životni a luksuzan prostor je pravo mjesto za boravak zimi ali i susreta, idealno za večernja druženja uz muzički program, tematske večere, susrete posvećene vinu, okupljanja uz koktele i kulinarske specijalitete pripremljene od sezonskih namirnica, stvarane za uživanje u tradiciji zajedničkog obedovanja. Meni počinje podizanjem bakinog recepta šefa kuhinje na nivo posebnog predjela od crvene paprike, a zatim prelazi na klasične paste i lokalne favorite, poput prepoznatljivog pototo rösti-a.



www.lusticabay.com
www.chedilusticabay.com



PRAZNIČNI KALENDAR – NOVA PRIČA SVAKI DAN I ZIMA KOJA SE PAMTI

Luštica Bay živi u ritmu događaja koji se smjenjuju poput najljepših stranica prazničnog kalendara. Idilična rasvjeta i pažljivo osmišljena dekoracija naglašavaju vizure grada, dok promenu uz more ispunjavaju mirisi aromatičnih poslastica i specijaliteta praznične trpeze sa zimskog bazara. **Radost praznika i atmosferu zajedništva tokom zimskih večeri na obali dodatno pojačavaju koncerti i muzički nastupi lokalnih muzičkih zvijezda, dječjih i horova odraslih.**

Najmlađi će tokom ovog perioda uživati u brojnim susretima sa Djeda Mrazom, dekoracijom kolača i ukrašavanjem lica, porodičnim filmskim večerima, kreativnim radionicama i pozorišnim predstavama, dok se odrasli okupljaju na tematskim druženjima, časovima kivanja, radionicama za dekoraciju praznične trpeze i tokom bogatog vikend programa s brojnim muzičkim nastupima.

Bogat kalendar događaja, kao i koncept sadržaja na destinaciji uz raskošni Winter Wonderland daju joj epitet idilične praznične destinacije na Jadranu i mjesta gdje se lijepi trenuci pretaču u trajne uspomene. ●



LUŠTICA BAY

MEET UNDER THE LIGHT

A VIBRANT EVENTS CALENDAR, DESTINATION EXPERIENCES, AND THE LAVISH WINTER WONDERLAND TOGETHER MAKE LUŠTICA BAY AN IDYLIC HOLIDAY DESTINATION ON THE ADRIATIC—WHERE BEAUTIFUL MOMENTS TURN INTO LASTING MEMORIES.

THE FESTIVE SEASON SHINES BRIGHTEST IN THE BAY

This winter, Luštica Bay creates a special dimension of the festive season and has already become a coastal stage filled with concerts, workshops, and gatherings that blend elements of various holiday traditions. With a rich event calendar, lavish decorations, and evening festive lighting that adds a special touch of magic, Luštica Bay stands out as the most charming destination on the Adriatic—perfectly positioned near Kotor, Tivat, and Budva. Among accommodation options, The Chedi Luštica Bay is a favorite, together with rental residences: places where the welcome

is warm, the program is rich, and the atmosphere is cozy and festive.

A WINTER WONDERLAND OF 100 CHRISTMAS TREES

The centerpiece of the holiday program is the Winter Wonderland at The Chedi Luštica Bay. From December 12 to January 8, The Spot restaurant and the promenade transform into an enchanting forest of nearly **one hundred natural Christmas trees**, which will be donated for Montenegro's reforestation after the event. The festive food stations add a special charm to this winter scene: from the **Sweet & Savory Cottage** and **Sandwich Workshop** to the cheesy delights of →



the **House of Cheesy Wonders**, warm drinks at the **North Pole Café**, cocktails at **The Pub**, and the playful **Candy Forest**. Together, they create a diverse and delicious experience for visitors of all ages.

The program includes activities such as meeting **Santa in his igloo**, face painting, cookie decorating workshops, and Christmas movie screenings.

THE CHEDI LUŠTICA BAY: THE PLACE FOR CHRISTMAS & NEW YEAR

Christmas lunch (December 25 and January 7), a three-course menu celebrating the holiday and the season with dishes made from seasonal ingredients, is served at **The Spot restaurant**—also the venue for the **New Year's Eve celebration** with a performance by *Nina Žižić*, à la carte dishes, and a five-course set menu.



The Japanese restaurant offers New Year's Eve à la carte dining and an exclusive seven-course Omakase menu for guests seeking highly refined gastronomic experiences. Meanwhile, the hotel's banquet hall is reserved for the little ones, featuring a children's buffet, entertainment, music, and a visit from Santa Claus.

Holiday stays come with special rates, including a rich breakfast, access to the Spa, and the Winter Wonderland experience.

During the extended weekend, the hotel organizes a selection of complimentary activities for guests—from evening Spa visits and dynamic interval training to float meditation, morning



yoga sessions, high-intensity workouts, and sound healing. This weekend program simultaneously inspires, relaxes, and enriches the holiday stay, adding elements of self-care that perfectly complement the winter atmosphere.

LUŠTICA BAY VACATION HOMES: A WINTER THAT FEELS LIKE HOME

Within the Luštica Bay community, in addition to hotel accommodation, guests can enjoy modern residences with one to three bedrooms. Staying in these residences allows guests to feel like residents of a new coastal town—whether for a short or extended stay—and to experience the charm of a Mediterranean winter while enjoying all the destination's amenities and activities.

Special winter offers are designed to suit different types and lengths of stay—from weekend getaways and family holidays to relaxed winter escapes by the sea, as well as longer stays with special rates for local and regional guests. Additional offers include benefits at the golf practice range and wellness features, ideal for those seeking extra comfort and activities.





HOLIDAY CALENDAR: A NEW STORY EVERY DAY AND A WINTER TO REMEMBER

Luštica Bay comes alive with a rhythm of events unfolding like the most beautiful pages of a holiday calendar. Idyllic lighting and thoughtfully designed decorations highlight the town's vistas, while the seaside promenade fills with the aromas of seasonal desserts and festive specialties from the winter market.

Holiday joy and a sense of togetherness during winter evenings by the sea are enhanced by concerts and performances by local music stars, children's choirs, and adult ensembles.

The youngest visitors will enjoy countless moments with Santa Claus, cookie decorating, face painting, family movie nights, creative workshops, and theatre performances. Adults can join themed gatherings, cooking classes, festive table-decor workshops, and a rich weekend program filled with musical performances. ●



CENTRALE HOTEL: A GATHERING PLACE DURING THE HOLIDAYS

The newly opened Centrale Luštica Bay by Angsana, with its 27 rooms, is a true haven of comfort. Practical, vibrant, and luxurious at the same time, it is an ideal place to stay in winter as well as a venue for gatherings—perfect for evening meetups with live music, themed dinners, wine events, cocktails, and culinary specialties prepared with seasonal ingredients, celebrating the tradition of shared meals.

The menu begins with the chef's reinterpretation of his grandmother's recipe into a refined roasted-pepper appetizer and continues with classic pastas and local favorites such as the signature potato rösti.



www.lusticabay.com
www.chedilusticabay.com



terra
HOMES

PLANINSKI LUKSUZ NA OBALI RIJEKE TARE

Na obali jedne od najljepših rijeka Evrope, okružene gustim šumama i planinskim vrhovima, smješten je projekat Terra Homes – ekskluzivni kompleks luksuznih vila koji redefiniše pojam savremenog planinskog odmora. Investitor projekta, kompanija Ena Capital doo Tivat, osmislila je koncept u kojem se luksuz ne ogleda u raskoši, već u harmoniji materijala, svjetlosti i prirodnog ambijenta.

 was-impex

Ena Capital, koja je takođe realizovala arhitektonsko rješenje projekta, porodična je kompanija posvećena transformaciji luksuznih nekretnina kroz postizanje skladne ravnoteže između prirode i elegancije. Sa više od 20 godina iskustva na globalnim tržištima, osnivači su pokrenuli kompaniju u Crnoj Gori s ciljem da ponude mirna mjesta za one koji žele jednostavniji i skladniji život.

Kompleks čini šest dvosobnih i dvije trosobne vile, pažljivo raspoređene tako da svaka uživa potpunu privatnost, ali i otvoren pogled na okolni pejzaž. Svaka vila posjeduje dva kupatila, saunu, vanjsku grill kuhinju i đakuzi, a zajednički prostori obogaćeni su šetalištem uz rijeku i otvorenom igraonicom, što cijelom kompleksu daje toplinu zajedništva

i suptilan dodir porodične atmosfere. Za izvanredni dizajn kompleksa Terra Homes i održivi pristup, Ena Capital je dobila tri prestižne međunarodne nagrade od strane International Property Awards – za najbolji održivi rezidencijalni projekat, najbolji rezidencijalni projekat u kategoriji 2-9 jedinica i najbolji arhitektonski projekat za više stambenih jedinica.





ARHITEKTURA U SKLADU S PRIRODOM

Čiste linije, jednostavni volumeni i pažljivo birani materijali čine osnovu arhitektonskog izraza. Kombinacija svijetlog kamena i toplog drveta stvara sklad s planinskim okruženjem, dok velike staklene površine povezuju enterijer s pejzažom. Tamni krovovi i drvene grede u tonu



oraha daju vilama karakter prefinjene planinske elegancije, dok prirodna svjetlost prožima svaki kutak prostora.

U eksterijeru dominiraju drvo, kamen i metal, pažljivo odabrani da odole vremenu i klimatskim uslovima, a da pritom zadrže autentičnost i prirodnost. Terasе svake vile dizajnirane su kao produžetak dnevne zone – mjesta gdje se unutrašnji i spoljašnji prostor stapaju u jedinstvenu cjelinu.

TOPLINA DRVETA I SAVRŠENA FUNKCIONALNOST

Unutrašnjost vila odiše smirenošću i toplinom. Svi elementi enterijera – namještaj, vrata i obloge – izrađeni su

u furniru američkog oraha, materijalu koji donosi osjećaj prirodne elegancije i vizuelne dubine. Struktura jezgra materijala prilagođena je funkciji: u kupatilima i na terasama korišćeni su vlagootporni paneli, dok je u zoni kamina primijenjeno termostabilno drvo. Obloge krovitа i grede izvedene su u istom furniru i dodatno zaštićene anti-dust strukturnom folijom, koja sprečava nakupljanje prašine i produžava trajnost.

Svi tehnički sistemi i uređaji pažljivo su skriveni od pogleda – klima jedinice, bijela tehnika i instalacije integrisane su u specijalno oblikovane elemente koji omogućavaju lak pristup, punu funkcionalnost i besprijeckornu estetiku prostora. →

TERASE SVAKE VILE DIZAJNIRANE SU KAO PRODUŽETAK DNEVNE ZONE – MJESTA GDJE SE UNUTRAŠNJI I SPOLJAŠNJI PROSTOR STAPAJU U JEDINSTVENU CJELINU



U EKSTERIJERU DOMINIRAJU DRVO, KAMEN I METAL, PAŽLJIVO ODABRANI DA ODOLE VREMENU I KLIMATSKIM USLOVIMA, A DA PRITOM ZADRŽE AUTENTIČNOST I PRIRODNOST. TERASE SVAKE VILE DIZAJNIRANE SU KAO PRODUŽETAK DNEVNE ZONE – MJESTA GDJE SE UNUTRAŠNJI I SPOLJAŠNJI PROSTOR STAPAJU U JEDINSTVENU CJELINU

Ovaj diskretan pristup dizajnu omogućava da vizuelni identitet enterijera ostane čist i harmoničan.

PRECIZNOST IZRADE I ISKUSTVO

Izvođač radova na enterijeru je renomirana firma Was-Impex & Co doo Podgorica, fabrika namještaja koja se već 18 godina bavi izradom enterijera po mjeri i želji investitora. Njihov prepoznatljiv potpis vidi se u detaljima: savršeno usklađenim spojevima, preciznoj obradi ivica i izuzetnom osjećaju za proporciju. Korišćeni su Grass klizači i vrhunski okov, koji garantuju dugotrajnost i tiho, besprijekorno funkcionisanje svakog elementa.

HARMONIJA PROSTORA I PEJZAŽA

Projekat Terra Homes predstavlja spoj prirode i arhitekture u svom najfinijem obliku. Svaka vila diše zajedno s pejzažom koji je okružuje — miris drveta, zvuk rijeke i pogled na planine čine jedinstveno iskustvo boravka. Ovdje luksuz nije u količini, već u mjeri; nije u pokazivanju, već u osjećaju.

Terra Homes je više od projekta — to je filozofija boravka u prostoru koji poštuje prirodu, a pruža sve blagodeti savremenog života. ●





On the banks of one of the most beautiful rivers of Europe, surrounded by dense forests and mountain peaks, lies Terra Homes Development – exclusive complex of luxury villas which redefines the notion of contemporary mountain holiday. The developer, Ena Capital doo Tivat, conceived a concept the luxury of which is not reflected in grandeur, but in the harmony of materials, light and natural ambiance.

TERRA HOMES
***MOUNTAIN
 LUXURY ON THE
 BANKS OF THE
 TARA RIVER***

The Ena Capital, which also carried through the architectural design, is a family-led company dedicated to the transformation of luxury real properties through the achievement of harmonious balance between nature and elegance. With over 20 years of experience in the global markets, the founders established a company in

Montenegro with a view to offering peaceful places for those desirous of simpler and more harmonious life.

The complex consists of six two-room and two three-room villas, carefully arranged that each one enjoys its full privacy, but also the unobstructed view of the surrounding landscape. Every villa has two bathrooms, a sauna,

outdoor grill-kitchen and jacuzzi, while common spaces are enriched with riverfront promenade and the outdoor playground, which give the entire complex the warmth of togetherness and a subtle touch of family atmosphere. For its exceptional Terra Homes design and sustainable approach, the Ena Capital was been awarded three prestigious international →



THE EXTERIOR IS DOMINATED BY WOOD, STONE AND METAL, CAREFULLY SELECTED TO WITHSTAND WEATHER ELEMENTS AND CLIMATE CONDITIONS, WHILE RETAINING THEIR AUTHENTICITY AND NATURALNESS. THE TERRACES OF EVERY VILLA ARE DESIGNED AS THE EXTENSIONS OF DAYTIME AREA – PLACES WHERE THE INTERIOR AND THE EXTERIOR MERGE



awards by the International Property Awards – for the best sustainable residential development, the best residential development in the 2-9 units category and the best architectural design for multiple residential units.

ARCHITECTURE IN HARMONY WITH NATURE

Clear lines, simple volumes and carefully selected materials make the basis of the architectural expression. The combination of light stone and warm wood creates harmony with mountainous setting, while large glass surfaces connect the interior with the landscape.



Dark roofs and wooden walnut-shade beams give the villas a character of refined mountain elegance, while natural light pervades every corner of the space.

The exterior is dominated by wood, stone and metal, carefully selected to withstand weather elements and climate conditions, while retaining their authenticity and naturalness. The terraces of every villa are designed as the extensions of daytime area – places where the interior and the exterior merge.

WARMTH OF WOOD AND PERFECT FUNCTIONALITY

The interior of the villas exudes calmness and warmth. All the elements of the interior – furniture, doors and panels – are made of veneered American walnut, a material which brings a sense of natural elegance and visual depth. The structure of its core is adjusted to its function: in the bathrooms and on the terraces water-resistant panels are used, while in the area of the fireplace thermos-stable wood is applied. Roof covers and the beams are made in the same veneer and additionally protected with anti-dust structural foil, which prevents the accumulation of dust and extends durability.

All technical systems and appliances are carefully hidden from view – AC units, household appliances and installations are integrated in specially shaped elements which enable easy access, full functionality and immaculate aesthetics

of the space. This discreet approach to design allows for the visual identity of the interior to remain clear and harmonious.

PRECISION OF CRAFTSMANSHIP AND EXPERIENCE

The contractor for the interior is the renowned company Was-Impex & Co doo Podgorica, furniture manufacturer which has for 18 years been producing the custom-made interior according to the developer's wish. Their recognizable signature can be seen in the details: perfectly blended joints, precise processing of edges and exceptional sense of proportion. Grass sliders were used and supreme fittings which guarantee longevity and silent, immaculate functioning of every element.

HARMONY OF SPACE AND LANDSCAPE

The Terra Homes development stands for the combination of nature and architecture in its finest form. Every villa breathes together with the surrounding landscape – the smell of wood, the sound of the river and the view of mountains make a unique sojourn experience. Luxury here is not in the quantity, but in measure; not in manifestation, but in feeling.

Terra Homes is more than a project – it is a philosophy of sojourn in the space that respects nature and offers all the benefits of modern life. ●

Plantaze

VRANAC

Covena nit

**PRAZNIČNE
ČAROLIJE**

*U ZIMSKIM MJESECIMA DOBRO
ODABRANA FLAŠA VINA UGRIJE
TIJELO I RASPOLOŽENJE, ZAOKRUŽI
OBROK I UČINI DA DRUŽENJA TRAJU
DUŽE NEGO ŠTO JE PLANIRANO.
TOKOM PRAZNIKA TA ULOGA JOŠ
VIŠE DOLAZI DO IZRAŽAJA.*

**UZ ČAŠU VINA LAKŠE SE DIJELE
USPOMENE, ZAHVALNOST ZA
GODINU KOJA JE NA IZMAKU
I TIHA OČEKIVANJA OD NOVE
KOJA DOLAZI.**

Poslije užurbanih mjeseci, kraj godine donosi drugačiji ritam. Grad je okićen prazničnim svjetlima, ugostiteljski objekti dobijaju svečaniju notu, u domovima se kite jelke, a iz kuhinje dolaze mirisi jela koja pripremamo za one do kojih nam je stalo. To je vrijeme češćih okupljanja sa porodicom, prijateljima i kolegama, vrijeme u kojem lakše nalazimo trenutke jedni za druge. U takvim susretima vino je prirodan saveznik.



Zabranjena prodaja i slanje
maloletnim osobama.
Prekomerno konzumiranje
alkoholnih pića dovodi do
ozbiljnih zdravstvenih
rizika.

Kada razmišljamo o tome koje vino će najbolje upotpuniti prazničnu atmosferu, odgovor je jednostavan, to je **Vranac**. Vino koje je decenijama naš vjerni pratilac na slavama, novogodišnjim druženjima, porodičnim okupljanjima, povratcima kući iz inostranstva. Rijetke su prilike u kojima **Vranac** nije tu negdje, u blizini. Generacije ga prepoznaju po boji, mirisu i karakteru. Za neke je to vino sa kojim su prvi put ozbiljno nazdravili, za druge ukus koji najviše vezuju upravo za decembar i januar.

Ono što **Vrancu** daje posebno mjesto u ovim danima jeste rijetka kombinacija: **jedna sorta, više izraza i isti prepoznatljiv potpis**. Kroz svoje različite etikete, **Vranac** može da isprati gotovo sve što zimska sezona donese, od spontanih okupljanja uz jednostavnije zalogaje, do pažljivo osmišljenih prazničnih menija i svečanih večera u kojima je svaki detalj promišljen.

UMIJEĆE PRAZNIČNOG DOČEKA KROZ JEDNU SORTU



VINA PLANTAŽA OD SORTE VRANAC U 2025. GODINI OSVOJILA SU ČAK 28 MEDALJA NA NAJZNAČAJNIJIM SVJETSKIM OCJENJIVANJIMA, OD GRAND TROPHY NAGRADE ZA NAJBOLJE VINO BALKANA ZA VRANAC PRO CORDE 2021, DO ZLATNIH MEDALJAZA VRANAC BARRIQUE, PREMIJER, STARI PODRUM VRANAC I DRUGE ETIKETE.



Dobar doček nije samo u onome što se nađe na tanjiru, već i u načinu na koji razmišljamo o vinu koje ćemo ponuditi. Ne moramo mijenjati sorte da bismo ispratili različita jela. Dovoljan je Vranac, koji nijansama unutar jedne sorte gradi sasvim različite doživljaje.

Onaj ko bira **Vranac** u njegovim različitim stilovima, zapravo, šalje jasnu poruku da mu je stalo do kontinuiteta i provjerenog, priznatog kvaliteta. **Isti korijen, ista sorta, a različiti izrazi**, kroz koje se može ispričati cijela priča zimskog druženja, od prvog nazdravljanja, preko glavnog jela, do laganog završetka uz desert.

VRANAC DANAS: IZMEĐU TRADICIJE I SVJETSKIH PRIZNANJA

Za Plantaže, **Vranac** je mnogo više od najzastupljenije sorte. To je temelj na kojem počiva istorija vinarije i identitet crnogorskog vinarstva. Više od šest decenija rada, istraživanja i ulaganja u ovu sortu dovelo je do portfolija u kojem upravo vina od **Vranca** nose najveća međunarodna priznanja.

U svijetu koji se brzo mijenja, postoji nešto umirujuće u činjenici da i dalje možemo da nazdravimo vinom koje poznajemo i kojem vjerujemo generacijama. Svodi se sve na trenutke koje pamtimo. U danima kada svijet oko nas uspori, važno je da u čaši bude vino koje volimo i kojem vjerujemo.

Za nekoga će to biti čaša **vrhunskog Vranca**, višestruko nagrađena berba **Pro Corde**-a uz svečani ručak, zreli **Barrique** ili **Stari podrum** za duge razgovore, **Medun** kao saveznik poslastice ili **arhivsko izdanje Vranca**, starog više od dvadeset godina, za posebne jubileje.

Ono što je sigurno i što je zajedničko je da je **Vranac** crvena nit naših zimskih rituala i zimsko praznične jubileje.



VRANAC JE CRVENA NIT NAŠIH
ZIMSKIH RITUALA I PRAZNIČNE ČAROLIJE.

Plantaze

VRANAC

The red thread

OF HOLIDAY
MAGIC

AFTER MONTHS OF RUSHING, THE END OF THE YEAR BRINGS A DIFFERENT RHYTHM. CITIES GLOW WITH FESTIVE LIGHTS, RESTAURANTS TAKE ON A CELEBRATORY NOTE, HOMES FILL WITH DECORATED TREES, AND KITCHENS RELEASE THE WARM AROMAS OF DISHES PREPARED FOR THOSE WE CHERISH. IT IS A TIME OF FREQUENT GATHERINGS WITH FAMILY, FRIENDS, AND COLLEAGUES, A TIME WHEN IT BECOMES EASIER TO FIND MOMENTS FOR ONE ANOTHER.

WITH A GLASS OF WINE,
MEMORIES ARE SHARED
MORE EASILY, AS WELL AS
GRATITUDE FOR THE YEAR
BEHIND US AND QUIET HOPES
FOR THE ONE AHEAD.

In such encounters, wine is a natural companion. During the winter months, a well-chosen bottle warms both body and spirit, completes a meal, and makes get-togethers last longer than planned. During the holidays, its role becomes even more pronounced.



When we think about which wine best complements the holiday atmosphere, the answer is simple, **Vranac**. A wine that for decades has been our faithful guest at celebrations, New Year gatherings, family reunions, and homecomings from abroad. Rare are the occasions when **Vranac** is not somewhere nearby. Generations recognize it by its color, aroma, and character: for some, it is the wine with which they first toasted in earnest; for others, it is the taste they most strongly associate with December and January.

What gives **Vranac** a special place during these days is a rare combination: *one grape variety, multiple expressions, and a single unmistakable signature*. Through its many labels, **Vranac** can accompany almost everything the winter season brings, from spontaneous gatherings with simple bites to carefully planned holiday menus and festive dinners where every detail is intentional.

THE ART OF HOLIDAY HOSTING THROUGH A SINGLE VARIETY

A good celebration is defined not only by what is on the table, but also by the way we think about the wine we serve. There is no need to switch between varieties to match different dishes. Vranac alone is enough, within a single grape, its nuances create entirely different experiences.

One who selects **Vranac** in its various styles sends a clear message: they care about continuity and trusted, recognized quality. *The same roots, the same variety, yet different expressions* capable of telling the entire story of a winter gathering, from the first toast, through the main course, to a gentle finish alongside dessert.

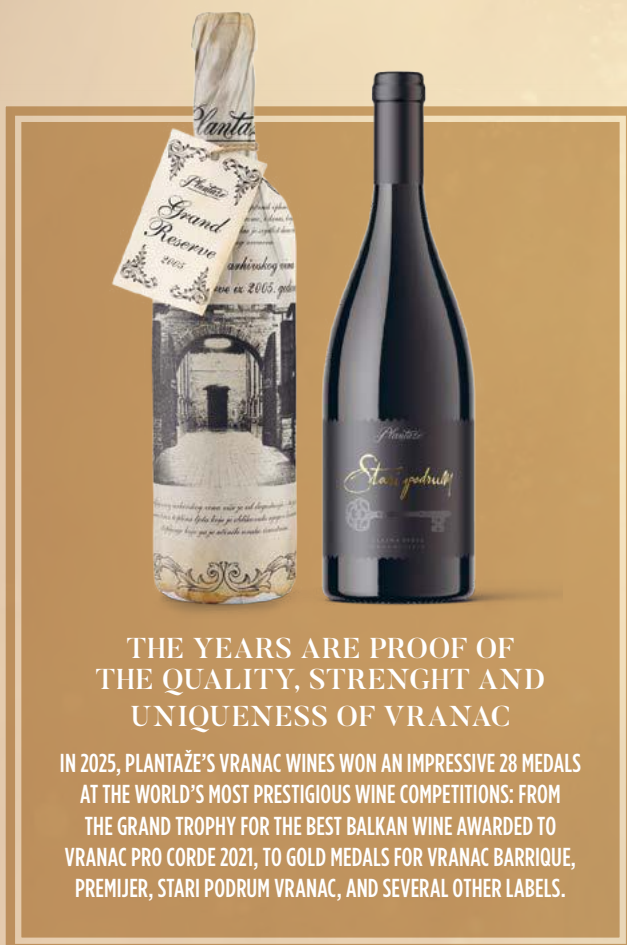


VRANAC TODAY: BETWEEN TRADITION AND GLOBAL RECOGNITION

For Plantaže, **Vranac** is much more than the most widely grown variety. It is the foundation upon which the winery's history and the identity of Montenegrin winemaking rest. More than six decades of work, research, and investment in this grape have resulted in a portfolio where **Vranac** wines carry the highest international distinctions.

In a world that is changing rapidly, there is something comforting in the fact that we can still raise a glass of wine we know and trust for generations. It all comes down to the moments we remember. On days when the world around us slows down, it's important that the wine in our glass is the one we love and trust. For some, that might be a glass of **premium Vranac**, the multi-award winning **Vranac Pro Corde** vintage with a festive meal, a mature **Barrique** or **Stari Podrum** for long conversations, **Medun** as an ally to desserts, or an **archival edition of Vranac**, over twenty years old, for special jubilees.

What is certain and what is shared is that **Vranac** is the red thread of our winter rituals and holiday celebrations.



THE YEARS ARE PROOF OF THE QUALITY, STRENGTH AND UNIQUENESS OF VRANAC

IN 2025, PLANTAŽE'S VRANAC WINES WON AN IMPRESSIVE 28 MEDALS AT THE WORLD'S MOST PRESTIGIOUS WINE COMPETITIONS: FROM THE GRAND TROPHY FOR THE BEST BALKAN WINE AWARDED TO VRANAC PRO CORDE 2021, TO GOLD MEDALS FOR VRANAC BARRIQUE, PREMIJER, STARI PODRUM VRANAC, AND SEVERAL OTHER LABELS.

VRANAC IS THE RED THREAD OF OUR
WINTER RITUALS AND HOLIDAY MAGIC.

DOČEK NOVE 2026. GODINE U HOTELU PALAS

TRADICIJA ELEGANCIJE I VRHUNSKOG PROVOĐA



PROMOCIJA NOVOGODIŠNJEG PROGRAMA / © HG Budvanska rivijera

U beogradskom hotelu „Majestic“ svečano je predstavljen novogodišnji program hotela „Palas“ uz prisustvo brojnih poznatih ličnosti, muzičkih zvijezda i prijatelja kompanije.

Džejlja Ramović, koja će goste hotela „Palas“ uvesti u Novu godinu otkrila je tom prilikom da se iskreno raduje povratku na ovu scenu i da s posebnim emocijama pamti prethodni nastup u Petrovcu: „Iskreno da kažem, mnogo se radujem, jer sam prije dvije godine imala priliku da nastupam u hotelu „Palas“ za reprizu Nove godine. To jutro, nakon dočeka, kada popijete kafu na jutarnjem suncu uz more – to je zaista neprocjenjivo iskustvo,“ kazala je Džejlja.

Stevan Anđelković, koji će ove godine biti među izvođačima novogodišnjeg programa, otkrio je da priprema novi muzički projekat koji, kako kaže, donosi potpuno svjež pristup i drugačiji zvuk.

Mirza Selimović, koji će prvi put nastupiti u hotelu „Palas“ tokom novogodišnjih praznika, istakao je da sa nestrpljenjem očekuje susret s publikom u Petrovcu.

Tradicionalni doček u Palasu svake godine okuplja najveće muzičke zvijezde regiona, a ni ovog puta neće izostati bogat program i ekskluzivna zabava.

PROGRAM NOVOGODIŠNJIH PRAZNIKA:

- 31. DECEMBAR – Džejlja Ramović i Stevan Anđelković
- 1. JANUAR – Sanja Vučić i Mirza Selimović
- 2. JANUAR – Ana Kokić i Saša Matić
- 3. JANUAR – Jelena Rozga i Nemanja Radošević

Za vrhunsku atmosferu svih večeri pobrinuće se Sloba Bajić i Hua Hua bend, koji će gostima prirediti pravi muzički spektakl i provod za pamćenje.

U popodnevним časovima, u prijatnom ambijentu Ameriken bara hotela Palas, nastupiće Zlopi, čiji će energični performansi doprinijeti veselom i opuštenom prazničnom raspoloženju.

Sponzori novogodišnjeg programa i ove godine su dugogodišnji partneri kompanije – Grawe i M:Tel.

Sve informacije o cijenama aranžmana i rezervacijama dostupne su putem e-mail adrese palas@budvanskarivijera.co.me i na brojevima telefona **+382 68 866 400** i **+382 68 866 199**



Palas

HOTEL PETROVAC



DECEMBAR
31. DŽEJLA RAMOVIĆ
STEVAN ANĐELKOVIĆ



JANUAR
01. SANJA VUČIĆ
MIRZA SELIMOVIĆ

2020



JANUAR
02. ANA KOKIĆ
SAŠA MATIĆ



JANUAR
03. JELENA ROZGA
NEMANJA RADOŠEVIĆ

31.12, 01, 02, 03.01. SLOBA BAJIĆ & HUA HUA BEND



BUDVANSKA
RIVIJERA



+382 68 866 199
+382 68 866 400

SPONZORI PROGRAMA



Imate prijatelje!



Tequila

CÓDIGO
1530®



Sertifikovana od strane CRT-a, svaka boca ponosno nosi oznaku „Hecho en Mexico“, potvrđujući da je riječ o 100% agave tequili

CÓDIGO 1530®

Código 1530 potiče iz generacija tradicije u Amatitánu, Jalisco, gde je mali krug porodica čuvao privatnu recepturu poznatu kao El Tequila Privado. Danas ta baština živi dalje, stvorena sa istom posvećenošću čistoći, autentičnosti i vrhunskim zanatskim umećem.



Tequila se proizvodi isključivo u jednoj sertifikovanoj destileriji (svaka tequila u Meksiku ima jedinstveni NOM broj koji potvrđuje usklađenost sa državnim standardima), a svaka boca se ručno puni, etiketira i pakuje na mjestu porijekla. Sertifikovana od strane CRT-a, svaka boca ponosno nosi oznaku „Hecho en Mexico“, potvrđujući da je riječ o 100% agave tequili.

Código 1530 koristi samo potpuno zrele **Blue Weber agave**, prirodni kvasac i čistu vodu—bez aditiva, zaslađivača, aroma, boja ili hemikalija. Metoda prvog presovanja hvata najbogatiji i najčistiji ukus agave, dok se kasniji pritisci koriste isključivo za proizvodnju nektara od agave.

Agave rastu u vulkanskom tlu Los Bajosa i hrane se mineralno



Código 1530 spaja tradiciju i vrhunski kvalitet—autentična tequila stvorena sa integritetom, nasljeđem i beskompromisnom pažnjom prema detaljima

bogatom vodom sa El Volcán de Tequila, dostižući punu zrelost tokom 6–8 godina starenja, što rezultira čistim i izražajnim karakterom koji definiše svaku Código 1530 tequila.

Proces odležavanja dodatno izdvaja brend. Umjesto uobičajenih buradi od američkog viskija, Código 1530 odležava u francuskim hrastovim Cabernet buradima iz Napa Valley, dajući suptilan i elegantan uticaj. Tequila se dvostruko destiluje na 46% ABV, a potom nježno prilagođava jačini za flaširanje kako bi se očuvala dubina i jasnoća ukusa.

Código 1530 spaja tradiciju i vrhunski kvalitet—autentična tequila stvorena sa integritetom, nasljeđem i beskompromisnom pažnjom prema detaljima. ●



CÓDIGO 1530®

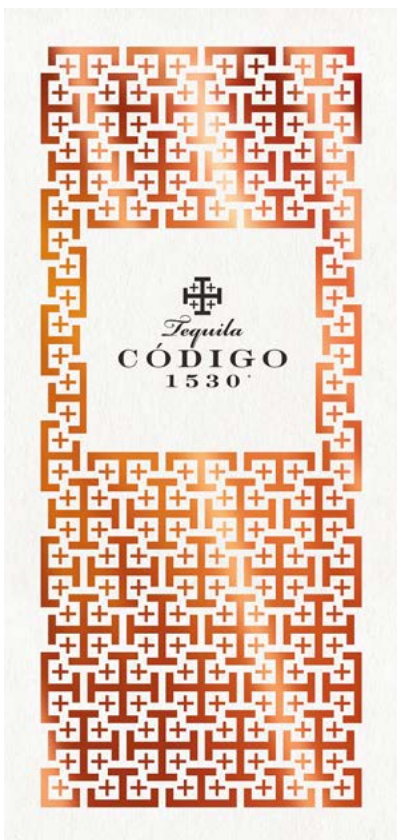
Código 1530 is rooted in generations of tradition in Amatitán, Jalisco, where a small group of families safeguarded a private tequila known as El Tequila Privado. Today, that heritage lives on, crafted with the same dedication to purity, authenticity, and meticulous artistry.

Certified by the CRT, every bottle proudly bears the "Hecho en México" seal, ensuring it is 100% agave tequila

Produced entirely at a single certified distillery (each tequila in Mexico carries a unique NOM identification for official regulatory compliance), Código 1530 remains hand-bottled, hand-labeled, and hand-packed in its place of origin. Certified by the CRT, every bottle proudly bears the “Hecho en Mexico” seal, ensuring it is 100% agave tequila.

Código 1530 uses only fully matured **Blue Weber agave**, natural yeast, and pure water—never additives, sweeteners, flavorings, colorings, or chemicals. A single-press method captures the richest, purest agave flavor; later presses are reserved for agave nectar.

Grown in the volcanic soils of Los Bajos and nourished with mineral-rich water from El Volcán de Tequila, the agaves reach full maturity over 6–8



Código 1530 honors its roots while delivering exceptional quality—a tequila crafted with integrity, heritage, and unwavering attention to detail

years, producing a clean, expressive character that defines every expression of Código 1530.

Aging is equally distinctive. Instead of standard American whiskey barrels, Código 1530 matures its tequila in French white oak Cabernet wine barrels from Napa Valley, imparting a refined, elegant influence. Twice distilled to 46% ABV, it is then gently adjusted to bottle strength to preserve depth and clarity.

Código 1530 honors its roots while delivering exceptional quality—a tequila crafted with integrity, heritage, and unwavering attention to detail. ●



CROWNE PLAZA®

— BY IHG —

Podgorica

The Living Room u Crowne Plaza Podgorica:

NOVA KUHINJA, NOVI PRAVAC

Crowne Plaza Podgorica prošlog decembra započeo je novu fazu razvoja, sa savremenijim izgledom i standardima koji prate taj globalni brend. U tom istom ritmu mijenja se i The Living Room, najprepoznatljiviji lobby restoran u gradu, koji sada predstavlja novi meni oblikovan da prati identitet hotela i navike modernog gosta.

Ovaj restoran godinama je nudio različite kuhinje i uvodio inovacije, a sada ide korak dalje, spaja Mediteran i Aziju u čistoj, modernoj interpretaciji. Koncept potpisuje novi šef kuhinje, **Saša Popović**, čije iskustvo spaja lokalnu praksu i godine rada u međunarodnom okruženju.

Mediteran i Azija:

POZNATI UKUSI SA NOVIM NIJANSAMA

Novi meni The Living Room-a zasniva se na spoju mediteranske i azijske kuhinje, koncipiranom tako da prati dnevni ritam naših gostiju. Ideja je da ponuda bude prepoznatljiva i bliska, ali sa nijansama koje donose novu energiju u ambijent Crowne Plaza Podgorica.

„Mi ovdje u Crnoj Gori volimo umjerene ukuse i ne koristimo mnogo začina. Moj cilj nije da to mijenjam, već da kroz malu dozu novog gostima pokažem zašto su određene kombinacije zanimljive. Sve mora biti balansirano i prihvatljivo“, kazao je Saša, šef kuhinje Crowne Plaza Podgorica.

Mediteranska jela zadržavaju prepoznatljivu jednostavnost, dok azijska donose svježinu i izraženiju aromu, ali u mjeri koja odgovara lokalnim navikama. Jedan od primjera je tatak beef, minimalno termički obrađena i poslužena uz ponzu sos sa japanskim limunom yuzu, čime se dobija svježina koja je gostima bliska, ali istovremeno drugačija od klasičnih mediteranskih recepata.



**ŽELIO SAM DA
MENI BUDE JEDNO-
STAVAN ZA RAZU-
MJETI, ALI DOVOLJ-
NO ZANIMLJIV DA
GOST POŽELI DA
MU SE VRATI. TO
JE NAJBOLJI ZNAK
DA SMO NAPRAVILI
NEŠTO DOBRO**





U osnovi svakog jela stoje domaće namirnice, dok se azijski elementi pojavljuju kroz sosove i metode pripreme koje daju diskretno drugačiji karakter.

„Želio sam da meni bude jednostavan za razumjeti, ali dovoljno zanimljiv da gost poželi da mu se vrati. To je najbolji znak da smo napravili nešto dobro“, ističe Saša.

Novi meni oblikovan je tako da bude prirodan izbor i za goste iz Crne Gore koji nas godinama posjećuju i za putnike koji u Crowne Plaza dolaze iz različitih krajeva svijeta.



Chef koji donosi svjetska iskustva u Podgoricu

Saša Popović (35) karijeru je započeo vrlo mlad, prolazeći sve pozicije u hotelskoj kuhinji, od pomoćnog radnika, preko sous chefa, sve do šefa kuhinje. Profesionalno je rastao i u ovom hotelu, tada CentreVille Hotel & Experiences, gdje je 2016.godine bio dio pre-opening tima i radio kao zamjenik šefa kuhinje, a zatim i kao šef kuhinje.

Nakon tog perioda uslijedio je najveći profesionalni zaokret, poziv da radi kao privatni chef na jednoj od najvećih megajahti na svijetu. Pet godina putovao je kroz Aziju, Afriku i Evropu, kuvajući za poznate ličnosti iz biznisa, politike, filma i muzike, što mu je donijelo izuzetno iskustvo i profesionalnu preciznost.

Povratak u hotel Crowne Plaza Podgorica doživljava kao prirodan korak, kao povratak u okruženje u kojem je rastao, sada sa dragocjenim znanjem koje je ponio iz svjetskih kuhinja. Sa novom energijom i jasnom vizijom, želi da spoji internacionalne tehnike sa lokalnim ukusima i kreira kuhinju koja će obilježiti naredno poglavlje hotela. ■



MALENA SUPPLEMENTS



Naše suplemente možete pronaći u sljedećim apotekama:

Tea Medika Apoteke / Help Apoteke / MontefarmnApoteke / Dr Bjuti Apoteka /
Ines Apoteka / Zdravlje Apoteke / Gradska Apoteka / Mypharm Apoteka /
Masterkvart Apoteka / Benu Apoteka



CAFFINITY



**INTERVJU:
VALENTINO ŽALAC,
TEHNOLOG BAR TRADE-A
I AMBASADOR FABBRI
1905 ZA CRNU GORU**

Partnerstvo koje otvara novu viziju slastičarstva

U SAVREMENOM SLASTIČARSTVU USPJEH VIŠE NE ZAVISI SAMO OD TALENTA, VEĆ OD ZNANJA, STABILNIH PROCESA I PRAVIH PARTNERA. NA TOM MJESTU SUSREĆU SE BAR TRADE – KLJUČNI OSLOMAC HORECA TRŽIŠTA U CRNOJ GORI – I FABBRI 1905, SINONIM ITALIJANSKOG KVALITETA. U SREDIŠTU TE SARADNJE JE VALENTINO ŽALAC, TEHNOLOG BAR TRADE-A I AMBASADOR FABBRI 1905, KOJI SVOJE ISKUSTVO I STRAST PREMA SLADOLEDU PRETVARA U STANDARDE NOVE GENERACIJE PROIZVOĐAČA.

CM| Bar Trade je danas jedan od ključnih partnera HoReCa industrije u Crnoj Gori. Kako biste opisali njihovu ulogu u razvoju savremenog slastičarstva?

- Bar Trade je mnogo više od dobavljača sirovina. Oni grade sistem koji pomaže poslastičarnicama, pekarama, hotelima i restoranima da postanu ozbiljni, stabilni i profitabilni proizvođači. Edukacije, terenska podrška, tehnološka rješenja, razvoj receptura i stalna briga o klijentima – to je razlog zbog kojeg su postali

najpouzdaniji partner u ovoj industriji. Danas, kada tržište traži brzinu, preciznost i dosljednost, Bar Trade nudi rješenja koja direktno utiču na kvalitet proizvoda i uspješnost poslovanja.

CM| Šta je ono što Bar Trade posebno izdvaja u odnosu na druge?

- Njihov sistemski pristup. Od optimizacije procesa i pravilnog podešavanja mašina do kontrole standarda i kreiranja kompletne proizvodnje sladoleda ili kolača od nule – Bar Trade postaje oslonac brendovima koji žele da rastu.



To nije samo logistika, već partnerstvo koje donosi stabilnost i profesionalizam.

CM | Fabbri 1905 je drugi važan stub vaše priče. Šta saradnja sa ovim brendom znači za vas?

- Fabbri 1905 je italijanski gigant čije ime više od jednog vijeka označava tradiciju, inovaciju i kvalitet. Njihovi variegati (ital. *variegati*, označava voćni ili čokoladne prelive za gelato i sladoled), paste, baze i čuvena Amarena, nose identitet pravog italijanskog gelata. Kao ambasador Fabbri brenda za Crnu Goru svakodnevno svjedočim koliko ove sirovine olakšavaju proizvodnju i podižu standarde. Spoj Fabbri stručnosti i Bar Trade podrške stvara idealne uslove za svakog proizvođača – sigurnost, stabilnost, konstantan kvalitet i prepoznatljiv ukus.



CM | Kako je izgledao vaš profesionalni put do današnje pozicije?

- Moje putovanje počelo je u Zagrebu, kroz školovanje, francuske tehnike i rad u prestižnim slastičarnicama. Kasnije sam u Crnoj Gori imao priliku da gradim moderne slatke koncepte, razvijam sladolede i vodim timove u nekim od najljepših objekata na primorju. Danas radim kao executive pastry chef u Kalamper Hotel & Spa, a kroz saradnju sa Bar Trade-om i Fabbri 1905 prenosim svoje znanje novoj

Bar Trade postaje oslonac brendovima koji žele da rastu. To nije samo logistika, već partnerstvo koje donosi stabilnost i profesionalizam.

generaciji proizvođača. Sladoled je moj lični pečat – spoj nauke, tradicije i umjetnosti – i prostor u kojem ostavljam dio sebe u svakom ukusu koji kreiram.

CM | Na kojim projektima trenutno radite, a koji će obilježiti naredne godine?

- Zajedno sa Bar Trade timom razvijamo BarTrade Akademiju, profesionalne treninge, modernu proizvodnju gelata, craft sladoled u čašicama, premium recepture i nove standarde za HoReCa sektor u Crnoj Gori.



Sladoled je moj lični pečat – spoj nauke, tradicije i umjetnosti – i prostor u kojem ostavljam dio sebe u svakom ukusu koji kreiram.

Naša vizija je jasna – stvoriti snažnu, edukovanu i stabilnu industriju sladoleda koja može da konkuriše najboljima.

CM | Kako biste opisali ovu zajedničku priču: Bar Trade, Fabbri 1905 i vi?

- Kada se udruže Bar Trade kao lider tržišta, Fabbri kao simbol kvaliteta i ja kao profesionalac koji živi ovu umjetnost – nastaje priča koja mijenja pravila igre. A najvažnije je da smo tek počeli. ●

ZAJEDNO SA BAR TRADE TIMOM RAZVIJAMO BARTRADE AKADEMIJU, PROFESIONALNE TRENINGE, MODERNU PROIZVODNJU GELATA, CRAFT SLADOLED U ČAŠICAMA, PREMIUM RECEPTURE I NOVE STANDARDE ZA HORECA SEKTOR U CRNOJ GORI



INTERVJU:
VALENTINO ŽALAC,
TECHNOLOGIST WITH
BAR TRADE AND FABBRI
1905 AMBASSADOR



Partnership which opens a new vision of confectionery

IN CONTEMPORARY CONFECTIONERY, SUCCESS DOES NOT DEPEND ANYMORE ONLY ON THE TALENT, BUT ON KNOWLEDGE, STABLE PROCESSES AND REAL PARTNERS. THIS IS A PLACE OF ENCOUNTER OF THE BAR TRADE – BACKBONE OF MONTENEGRIN HORECA MARKET – AND THE FABBRI 1905, SYNONYM OF ITALIAN QUALITY. PIVOTAL ROLE IN THAT COOPERATION IS PLAYED BY **VALENTINO ŽALAC**, BAR TRADE TECHNOLOGIST AND FABBRI 1905 AMBASSADOR, WHO TURNS HIS EXPERIENCE AND PASSION FOR ICE CREAM INTO STANDARDS OF THE NEW GENERATION OF MANUFACTURERS.



CM| Bar Trade today is one of the key partners to the HoReCa industry in Montenegro. How would you describe their role in the development of contemporary confectionery industry?

- Bar Trade is a lot more than a supplier of raw materials. They are developing a system which helps pastry shops, bakeries, hotels and restaurants become serious, stable and profitable manufacturers. Education, field support, technological solutions, development of recipes and permanent client care – this is a reason why they have become the most reliable partner in this industry. Today, when

the market asks for speed, precision and consistency, Bar Trade offers the solutions which have direct impact on the quality of products and on the success of business operation.

CM| What makes Bar Trade stand out in relation to others?

- Their systemic approach. From the optimization of processes and proper adjustment of the machines up to the control of standards and establishment of the complete manufacturing of ice creams or pastries from the scratch – Bar Trade is becoming pivotal to the brands which endeavour to grow. It is not just logistics,

but the partnership which brings stability and professionalism.

CM| Fabbri 1905 is another important pillar of your story. What does the cooperation with this brand mean to you?

- Fabbri 1905 is an Italian giant, the name of which has for more than a century been a symbol of tradition, innovation and quality. Their “variegata” (Ital. *variegati*, designates fruit or chocolate sauces for gelato and ice cream), pastes, bases and the famous Amarena, bear the identity of a real Italian gelato. As the ambassador to the Fabbri brand for Montenegro, I

witness every day how much these raw materials facilitate manufacturing and raise the standards. The combination of Fabbri's expertise and Bar Trade's support creates ideal conditions for every manufacturer – certainty, stability, constant quality and recognizable flavour.

CM| What has been your career path to your current position?

- My journey started in Zagreb, during my schooling, French techniques and work in prestigious pastry shops. Later on, in Montenegro I had the opportunity to build modern sweet concepts, develop ice creams and lead the teams in some of the most beautiful facilities along the coast. Today, I work as the Executive Pastry Chef in the "Kalamper Hotel & Spa", and through my cooperation with the Bar Trade and



Fabbri 1905 I transfer my knowledge to the new generation of manufacturers. Ice cream is my personal mark – combination of science, tradition and art – and the area in which I leave a part of me in every flavour I create.

CM| Which projects are you currently involved in, and which ones are going to mark the years to come?

- Together with the Bar Trade team, we are developing the BarTrade Academy, professional training programmes, modern gelato manufacturing, craft ice cream in the cups, premium recipes and new standards for the HoReCa sector in Montenegro. Our vision is clear – develop a strong, educated and stable ice cream industry which

can compete with the best ones.

CM| How would you describe this joint story: Bar Trade, Fabbri 1905 and yourself?

- When the Bar Trade, as the market leader, Fabbri, as a symbol of quality, and I, as a professional who lives this art, get together – a story is created which changes the rules of the game. And the most important thing is that we have just started. ●



TOGETHER WITH THE BAR TRADE TEAM, WE ARE DEVELOPING THE BARTRADE ACADEMY, PROFESSIONAL TRAINING PROGRAMMES, MODERN GELATO MANUFACTURING, CRAFT ICE CREAM IN THE CUPS, PREMIUM RECIPES AND NEW STANDARDS FOR THE HORECA SECTOR IN MONTENEGRO

DE GOD DA SMO
u novogodišnjoj noći
REĆI ĆEMO:

STAROJ GODINI HVALA - NOVOJ DOBRODOŠLA



Nova godina je univerzalni povod za slavlje, ali i način na koji ljudi širom svijeta dočekuju trenutke promjene govori o njihovoj kulturi, običajima i ljubavi prema hrani.

Tekst: SANJA GOLUBOVIĆ



Bilo da biramo divnu tradicionalnu porodičnu trpezu i familijarno okupljanje kojeg smo željni cijele godine, ili neki veliki svjetski trg i spektakl, ili luksuzni restoran, svi se u ponoć sretnemo u istome – želji da godina koja dolazi bude puna dobrih ukusa, toplih ljudi i malih svakodnevnih stvari i događaja koji nas čine srećnim



© Sofitel Dubai Jumeirah Beach

DUBAI: U Dubaiju, u hotelu Sofitel Dubai Jumeirah Beach, A.O.C buffet i šampanjac tokom večeri koštaju 1500–2000 AED (370–500 eura).

Noć u kojoj svijet diše u istom ritmu. U Rimu se odzvanjaju čaše prosecca, u Tokiju zvona hramova, u Riju bubnjevi s plaže, a u Parizu se preko Sene presijava svjetlost vatrometa. Svijet se prelama preko prozora, stolova, ukusa i običaja. Svaka zemlja ima svoj način da staroj godini kaže hvala i novoj dobrodošla. A praznični stolovi, od tradicionalnih do spektakularno luksuznih, pričaju priče o tome ko smo i šta prizivamo u narednih dvanaest mjeseci.

Dok kalendari odbrojavaju posljednje dane stare godine, ljudi širom svijeta spremaju stolove i mirise koji simbolizuju sreću, prosperitet i zajedništvo. Svaka zemlja ima svoje rituale i jela koja nose posebnu poruku: od Italije do Brazila, od Japana do Njemačke, tanjiri pričaju priče starih običaja.



© Sofitel Dubai Jumeirah Beach

KAKO SVIJET DOČEKUJE NOVU – OBIČAJI, MIRISI I PRAZNIČNA JELA

Svaki narod je razvio svoje male rituale sreće. Neki se jedu, neki se stave na sto kao talisman, a neki se zapjevaju u ponoć. →



FOIE GRAS

FRANCUSKA slavi pod svjetlom baklji: kamenice, foie gras i šampanjac koji pjeni kao mala iskra nadom ispisana na nebu.

Dok u Parizu šampanjac pjeni iz kristalnih čaša, u Riju se sa plaža ori muzika... U Tokiju se praznik dočekuje sa mirisom osechi ryori, dok u Dubajui vatromet obasjava gradsku noć, a tanjiri blistaju pod reflektorima Burj Khalife



STRUFFOLI

ITALIJA vjeruje u sočivo – mala zrna prosperiteta. Uz njih se služi cotechino, a Napolitanci ne počinju godinu bez medenih struffolija.



BRAZIL slavi na obali, uz ribu, morske plodove i bijelo vino, dok valovi odnose staru godinu daleko od obale.



ŠPANIJA u ponoć pojede dvanaest zrna grožđa, jedno za svaki otkucaj, dok stolovi mirišu na morske plodove i iberijsku šunku.





RABANADA

PORTUGAL slavi *bacalhau* tradiciju, uz slatke *rabanadas*, posipane šećerom kao simbol obilja.



LISABON



JAPAN služi *osechi ryori*, kutiju srećonoša, uz jutarnju supu *ozoni* – tihi ritual novog početka.

GRČKA reže *Vasilopitu*, tortu sreće sa skrivenim novčićem, dok sto krase masline, pečenje i vino.



Svaki sto je mapa. Svaka zemlja mala čarolija. Ukusi svijeta čine prvu galaksiju nove godine.

NAJELITNIJI RESTORANSKI NOVOGODIŠNJI DOČECI EVROPE I DUBAJA

BALKAN ostaje vjeran sarmi, pečenju i tradicionalnim salatama, uz sve modernije fuzijske dodatke koji polako ulaze na trpezu.



RUSKA SALATA

NJEMAČKA grije dom topljenim sirom *raclette*, mirisnim kobasicama i šampanjcem.



THE LONDONER HOTEL, LONDON

„Gold Dinner & Party” i „Platinum Table” paketi drže kraljevski nivo. Cijene se kreću od **545 do 6.960 funti** po osobi.



PALAZZO DI VARIGNANA, BOLONJA

„Midnight Gala” u italijanskoj vili koja podsjeća na krunu od kamena i maslina. Večera košta **200 eura** po osobi, uz čašu šampanjca, vatromet i DJ set koji noć pretvara u italijanski filmski kadar.



RIVER SEINE GALA CRUISE, PARIZ

Elegantna ploveća trpeza uz Ajfelov toranj u daljini. Cijena: **199 eura** po osobi za brod **Bistro Alexandre III**.



PARKHOTEL SCHÖNBRUNN, BEČ

Carski štih, kristalni lusteri i austrijski klasik među gala večerama. Cijena po osobi je od **89–98 eura**. Beč, uvijek jednostavno i plemenito raskošan.

DUBAI

U Dubaiju standard gotovo lebdi iznad realnosti. Gala večere u **Atlantis The Palm** kreću od **6.900 AED** po osobi (oko **1.850 eura**), dok **Sofitel Dubai Jumeirah Beach** nudi bogat buffet uz šampanjac za **1.500–2.000 AED** (oko **370–500 eura**). Sve ovo čini Dubai najskupljim igralištem novogodišnje noći. ●

WHEREVER WE ARE DURING THE
New Year's Eve
WE WILL SAY:

THANK YOU TO
THE OLD YEAR
– WELCOME
TO THE NEW
ONE

New Year is a
universal reason
for celebration, but
the way in which
people all over the
world celebrate
these moments
speaks about their
culture, customs
and love for food.

Written by:
SANJA GOLUBOVIĆ



The night in which the world breathes in the same rhythm. In Rome, you can hear the clinking of prosecco glasses, in Tokio the tolling of temple bells, in Rio drumming on the beaches, and in Paris the fireworks display shining over the Seine. The world leans out of the windows, bends over the tables, divided in tastes and customs. Every country has its own way of saying “Thank you” to the Old year and “Welcome” to the New one, while the festive tables, from those traditional to the spectacular and luxury ones, tell the stories of what we are and what we hope for in the coming twelve months.

Whilst the calendars countdown the last days of the Old year, people all over the world prepare the tables and aromas which symbolize happiness, prosperity and unity. Every country has its own rituals and dishes which transmit special messages: from Italy to Brazil, from Japan to Germany, dishes tell the stories of ancient customs.

Whether we opt for a wonderful traditional family dinner table and family gathering we have been looking for all year round, or some large city square and a spectacle, or a luxury restaurant, at midnight we all get united in one thing – desire for the year to come to be full of nice flavours, warm people and small everyday things and events which make us happy.



©Atlantis The Palm



©Atlantis The Palm

DUBAI: Gala dinners in Atlantis The Palm start from AED 6.900 per person (about € 1.850), whilst Sofitel Dubai Jumeirah Beach offers an abundant buffet with champagne for a price range of AED 1.500–2.000 (about € 370–500). All this makes Dubai the most expensive New Year’s Eve playground.

HOW DOES THE WORLD CELEBRATE THE NEY YEAR – CUSTOMS, AROMAS AND FESTIVE DISHES

Every nation developed its own little rituals of happiness. Some are eaten, others are placed on the table as amulets, and some of them are just sung at midnight. →



FRANCE celebrates under torchlight: oysters, *foie gras* and sparkling champagne as a tiny spark of hope written in the sky.



While in Paris champagne is foaming in crystal glasses, in Rio music is reverberating on the beaches... In Tokio, the holiday is welcomed with the smell of osechi ryori, while in Dubai, fireworks display shine above the city night sky, and the plates glitter under the Burj Khalifa flashlights



BRAZIL celebrates on the seashore, with fish, seafood and white wine, while waves take the Old Year far away from the coast.



ITALY believes in lentils – small grains of prosperity, serving *cotechino* with them, while the Neapolitans cannot think of starting a year without honey balls - *struffoli*.



SPAIN - twelve grapes are eaten at midnight, one for every beat, while the tables smell of seafood and Iberian ham.

GERMANY heats the home with melted cheese - *raclette*, aromatic sausages and champagne.





A VERY BACALHAU CHRISTMAS

PORTUGAL celebrates *bacalhau* tradition, with sweet *rabanadas*, sprinkled with sugar as a symbol of abundance.

THE BALKANS remain faithful to “*sarma*”, roast meat and traditional salads, with all modern fusions which gradually make their way to the table. *na trpezu*.



SARMA



GREECE cuts *Vasilopita*, happiness cake with a hidden coin, while the table is adorned with olives, roasted meat and wine.



JAPAN serves *osechi ryori*, happiness boxes, with the morning soup *ozoni* – silent ritual of the new beginning.

THE MOST EXCLUSIVE NEW YEAR'S EVE CELEBRATIONS IN THE RESTAURANTS OF EUROPE AND DUBAI



THE LONDONER HOTEL, LONDON

“Gold Dinner & Party” and “Platinum Table” packages hold royal level. Prices: £ 545,00 per person up to £ 6.960 for luxury booking.

PALAZZO DI VARIGNANA, BOLOGNA

“Midnight Gala” in the Italian villa resembling the crown made of stone and olives. The dinner costs € 200,00 per person, with a glass of champagne, fireworks and DJ set turning the night into an Italian movie scene.

RIVER SEINE GALA CRUISE, PARIS

Elegant floating diner with Eiffel Tower in the distance. Price: € 199,00 per person for the boat Bistro Alexandre III.

PARKHOTEL SCHÖNBRUNN, VIENNA

Imperial style, crystal chandeliers and Austrian classic gala dinner. Price ranges from € 89 –98 per person and it still looks like a small luxury victory. Vienna, always simply and nobly luxurious.

DUBAI

In Dubai, in the Hotel Sofitel Dubai Jumeirah Beach, A.O.C buffet and champagne during the evening cost from AED 1500 – 2000 (€ 370 – 500). In Dubai, the standard of living almost hovers above reality. Gala dinners in Atlantis The Palm start from AED 6.900 per person (about € 1.850), whilst Sofitel Dubai Jumeirah Beach offers an abundant buffet with champagne for a price range of AED 1.500–2.000 (about € 370–500). All this makes Dubai the most expensive New Year's Eve playground. ●



Every table is a map. Every country is a small magic. The world's flavours make the first galaxy of the New Year.





Mirisni KOLAČIĆI S KURKUMOM

Sastojci:

Za oko 500 g kolačića

4
porcije

- 190 g žumanca (oko 10 kom)
- 140 g šećera u prahu
- 160 g brašna, pšeničnog
- 10 g KOTANYI cimeta
- 5 g KOTANYI kurkume
- 5 g KOTANYI muškarnog oraščića
- 1 prstohvat KOTANYI morske soli

Ovi kolačići tačno su ono što vam treba! Izgledaju jednostavno, ali zahvaljujući finim začinima izrazito su aromatični i odišu ukusom kurkume, cimeta i muškarnog oraščića.

Za konačni utisak MIRISNE KOLAČIĆE možete ukasiti sa malo čokolade.

PRIPREMA

1. Mutite žumanca sa šećerom u prahu dok se ne zapjene.
2. Pomiješajte brašno i začine.
3. Smjesu za kolačiće stavite u kesicu za dresiranje i istisnite tačke pomoću nastavka (približnog promjera 1 cm) na lim za pečenje koji ste obložili papirom za pečenje.
4. Kolačiće pecite 8 minuta na srednjem nivou u rerni na 180 °C (s ventilatorom).

SAVJET: Kad se ohlade, mogu se ukasiti čokolodom ili nekom drugom ukusnom glazurom.



NOVO!

Kuvajte **brže & bolje** UZ **QUICK & EASY**

30
Min.

Brža priprema
& bolja receptura!



kotanyi.com [kotanyizacini](https://www.facebook.com/kotanyizacini) [kotanyi.srbija](https://www.instagram.com/kotanyi.srbija)

Uvoznik za Crnu Goru: BAR-KOD d.o.o., Dr. Rajka Đurišića 3, 81000 Podgorica



a C O F F E E -time M O M E N T

Scan for Excellence



hausbrandt.it

Uvoznik za Crnu Goru PLUS d.o.o

MÜNCHEN BEERHOUSE



*Nova godina,
novi meni, nova
lokacija – isti
dobri ljudi*



Uz novi meni, osvježili smo i sam izgled kuće. Meni sada stiže u tvrdom povezu sa utisnutim logoom MÜNCHEN, a naš tim radi u novim crveno-kariranim košuljama. Isti ljudi koje već znate po osmjesima i preporukama, ali u izdanju koje jasno poručuje: ušli smo u novu fazu Minhena, a standard na koji ste navikli ostaje isti.

Dok se na postojećim lokacijama dogovaraju praznična druženja, u pozadini se polako priprema i najveći novitet – nova lokacija München Central Point u centru grada. Još jedna adresa na kojoj će se nazdravljati kraju stare i početku neke nove, bolje godine.

Za nas u Minhenu, decembar i januar nijesu „samo još dva mjeseca u godini“. To je period kada se stara godina polako privodi kraju, nova kuca na vrata, a naši lokali puni su ljudi koji žele isto – dobro društvo, toplu hranu i sto za kojim se sjedi malo duže nego što je planirano.

Ove zime za nas je posebno poglavlje. Ispraćamo prvih deset godina Minhena – deset godina rođendana, utakmica, punih stolova i „ajmo na jedno“ koje se pretvori u noć. Htjeli smo da gostima kažemo „hvala“ na način koji najbolje znamo – kroz još bolju ponudu i još sredeniju kuću.

Zato smo sjeli za sto kao gosti i pitali se: što bismo mi voljeli da nas čeka u nekom pubu u prazničnoj sezoni?

Iz tog razgovora nastao je novi jelovnik. Napravili smo München doručak – ozbiljan doručak za one koji dolaze poslije noćnog izlaska, ali i one koji dan počinju uz novine i prvu kafu. Od gorskog i proteinskog doručka, preko rolovanе kobasice i domaćih

priganica, do leberkase kombinacija – ideja je ista: da se jutro pojedje „kao čovjek“, a ne usput. Kako dan odmiče, na scenu stupaju jela zbog kojih nas već znate: koljenica na kajmaku, zapečena rebarca, „Lonac radosti“ sa pasuljem ili pivskim gulašom, pizze za dijeljenje, burgeri „prepun“ sira... A među novitetima posebno se izdvaja daska „metar mesa“ – novo pojačanje u meniju i naš način da za jednim stolom okupimo cijelo društvo. Jedna takva daska i ekipa od četiri do šest ljudi imaju sve što im treba da zaborave na sat.

Za one koji više vole da „grickaju“ tu su zakuske, Gric & Gric zalogaji, punjene pečurke, grilovano povrće, plata sira, salate i obrok salate. A kad dođe vrijeme da se zasлади – domaća pita sa jabukama i sladoledom, čokoladni sufle ili kolač dana zatvaraju priču onako kako dolikuje zimskoj večeri.



Za nas, vlasnike i tim, najveći kompliment je kada čujemo da se „vidimo u Minhenu“. Ako se ovih mjeseci budete pitali gdje da ispratite sve što je bilo i nazdravite svemu što tek dolazi – mi ćemo biti tamo gdje smo uvijek bili: za šankom, uz pun sto i spremni da dodamo još jednu stolicu.



Dodite da zajedno ispratimo staru i dočekamo novu godinu – uz hranu koja grije, pivo koje spaja i društvo koje se pamti.

PRAZNIČNI VODIČ KROZ CRNU GORU

Od svjetlucavih trgova duž obale do snježnih šetališta na sjeveru — donosimo vodič kroz gradove u kojima će praznična atmosfera ove godine imati poseban sjaj.

ZIMSKA ČAROLIJA IZMEĐU MORA I PLANINA



TEKST: MAJA NIKOLIĆ

Decembar u Crnoj Gori ima poseban ritam: miris kuvanog vina na ulicama, svjetiljke koje obasjavaju grad, trgovi koji se pretvaraju u pozornice, a planine u otvorene snježne razglednice. Od obale do sjevera, svaki grad ima sopstveni način da dočeka Novu godinu — elegantno, energično, porodično, živopisno, urbano ili tiho i sanjivo pod pahuljama. Ovo je vodič kroz najljepše praznične adrese Crne Gore — mjesta gdje se Nova godina ne samo slavi, već i doživljava.

PODGORICA — URBANI RITAM

Glavni grad i ove zime nudi prepoznatljivu atmosferu gradskog ritma, koncerata na otvorenom i trgova koji postaju tačke okupljanja. Novogodišnji koncerti na Trgu nezavisnosti, Podgorički praznični pazar, kućice sa gastronomijom i vino uz muziku uživo stvaraju toplinu koja traje od jutra do kasnih sati.

Podgorica je za doček 2026. godine pripremila bogat višenedjeljni program koji počinje 19. decembra koncertom Nataše Bekvalac. Nakon nje, 21. decembra nastupa legendarna rok grupa Osvajači, dok 23. decembra publiku očekuje emotivni nastup Jelene Tomašević. Već 25. decembra na scenu izlazi Tijana Bogičević, a dva dana kasnije i Alen Islamović. Decembar se nastavlja u istom ritmu — 29. nastupa Al Dino, 30. grupa SARS, a 31. decembra, u samoj novogodišnjoj noći, Podgoricom će odzvanjati glasovi Sare Jo i Marka Louisa na trgu. U januarskom

dijelu programa, 1. januara publiku će zabavljati Knez, 2. januara Piloti, 3. januara Tropico Band, dok 6. januara svečani niz koncerata zatvara Dženan Lončarević.

BUDVA — SEDMODNEVNA PRAZNIČNA PROSLAVA

Budva, tradicionalno centar najpoznatijih dočeka u regionu, priprema sedmodnevni muzički program koji počinje 29. decembra nastupima Peđe Medenice, Bobana Rajovića, Jovane Pajić i Mirze Selimovića. Dan kasnije, 30. decembra, publiku će uživati u hitovima grupe Zana, sastava TAP O11 i Marka Louisa. Najluđa noć, 31. decembar, rezervisana je za Teodoru Šćepanović, Eminu Jahović i Acu Pejovića.

Muzički maraton nastavlja se i nakon dočeka — 1. januara nastupiće Perper, Chegi i kultni Bijelo Dugme, dok će 2. januara binu preuzeti Breškvića, Relja Popović i Nikolija. Treći dan januara donosi koncert Sergeja Četkovića i Sare Jo sa Lexington bendom, a 4. januara Budva će prirediti specijalnu „tribute night“ posvećenu Davidu Bowieju, ABBA-i i AC/DC-u. Kompletan program, vrijedan 500 hiljada eura, ponovo



svrstava Budvu među najatraktivnije destinacije regiona. Trg ispred Starog grada pretvara se u veliku scenu pod zvijezdama.

KOTOR — ČAROLIJA U STARIM ULICAMA

„Kotor je još od 1998. prvi grad u regiji koji je organizovao novogodišnji doček na otvorenom, postavljajući temelje tradicije koja traje i danas.

Kotor Winter Fest, sada u svojoj trećoj godini, donosi jedan od najperspektivnijih zimskih festivala sa spektakularnim koncertima: otvara ga svjetska zvijezda Fedde Le Grand, nastupaju Parni Valjak, Marija Šerifović, Edo Maajka, Elemental, Leon Lasić, Bruno Rački, Jakov Jozinović i brojni DJ-evi, a sve kulminira zatvaranjem sa Kurd Maverickom, uz program Od Božića do Božića sa tradicionalnim priganicama 24.12. i 6.1.



Direktor TO Kotor, Jovan Ristić

U okviru Park Edition festivala tu su klizalište, karusel, dječje predstave, inkluzivne radionice, turniri u briškuli i trešeti i posebni programi za dječju Novu godinu.“ — **Direktor TO Kotor, Jovan Ristić**

TIVAT — ADVENT UZ RIVU

Tivat njeguje elegantniji, mirniji praznični ritam uz šetnju pored mora. Novogodišnji bazar na rivi, gastro-kutci, večernje DJ sesije i lampice koje se presijavaju u luci stvaraju idiličnu sliku zime na moru. Ove godine grad je pripremio veoma atraktivan program. Već 30. decembra publiku će zabavljati Saša Matić, dok će u novogodišnjoj noći, 31. decembra, nastupiti jedna od najvećih regionalnih zvijezda — Lepa Brena. Prvog dana 2026. godine Tivat će ugostiti Jelenu Rozgu, a 2. januara pridružiće se i Toni Cetinski, čime se zaokružuje niz vrhunskih nastupa.

HERCEG NOVI — FESTIVAL SVJETLOSTI I MUZIKE

Herceg Novi tokom praznika postaje blistava mediteranska pozornica. Trg Nikole Đurkovića pretvara se u centar događaja, uz koncerte, ulične performanse i mini-bazare duž šetališta. Za najluđu noć, 31. decembar, organizuje se koncert Harisa Džinovića i Nede Ukraden, čime će stara godina biti ispraćena uz atmosferu prave balkanske zabave.

Prvog dana nove godine slavlje se nastavlja uz Željka Samardžića i Vesnu Zmijanac, dok će 2. januara program zatvoriti Dženan Lončarević i Tropic Band, garantujući da praznični ambijent traje i nakon prvog dana 2026.

BAR — TOPLA, DOMAĆA PRAZNIČNA SCENA

Bar često kombinuje koncertni program sa lokalnim bazarima, mediteranskim ukusima i šetnja-

ma uz obalu. Nova godina ovdje izgleda opuštено, sa fokusom na zajedništvo.

Praznici počinju 29. decembra koncertom Čardak benda, Aleksandre Prijović i DJ Čoskea, čime će atmosfera već tada doći do pravi naboja. Dan kasnije, 30. decembra, nastupiće Dino Beharović, Andrea Demirović, Nataša Bekvalac i DJ Marko Milanović.

Za 31. decembar Bar priprema večer ispunjeno energijom uz grupu Grim, program „Hitovi 90-ih“ i DJ Stanca. Nova godina biće dočekana uz spektakl — 1. januara nastupiće Padrino bend, Zdravko Čolić i DJ Mandozica, dok će 2. januara atmosfera ostati jednako uzbudljiva uz Akademiju, Gulu i Katapult, a potom i Acu Pejovića sa DJ Mallex Morerom.

KOLAŠIN I ŽABLJAK — NOVA GODINA POD SNIJEGOM

Za one koji žele bijelu prazničnu razglednicu — sjever je pravi izbor. Kolašin nudi planinske kućice, skijalište i večernja okupljanja u hotelima ili na otvorenom. Žabljak donosi vatromet nad Durmitorom, tišinu snijega i toplinu drvenih enterijera. Ovdje Nova godina ima mirniji tempo, ali snažniji osjećaj pripadanja trenutku.

Bilo da biraš energiju velikih trgova i koncerata ili tišinu pahulja i zvuk večeri uz vatru — Crna Gora nudi bezbroj načina da ispratiš staru i dočekaš novu godinu. Praznici su, u suštini, trenuci koji se pamte po ljudima i atmosferi. A ovdje — atmosfera uvijek ima srce. ●

HOLIDAY GUIDE THROUGH MONTENEGRO



From glittering squares along the coast to snowy promenades in the north — we bring you a guide to the cities where the festive atmosphere will have a special glow this year.

WINTER MAGIC BETWEEN SEA *and* MOUNTAINS



TEXT: MAJA NIKOLIĆ

December in Montenegro has a rhythm of its own: the scent of mulled wine in the streets, lights illuminating the city, squares turning into stages, and mountains into open snowy postcards. From the coast to the north, every town has its own way of welcoming the New Year — elegant, energetic, family-friendly, vibrant, urban or quiet and dreamy under the snowflakes. This is a guide to Montenegro's most beautiful holiday destinations — places where the New Year is not only celebrated, but truly experienced.

PODGORICA — URBAN RHYTHM AND THE MAIN SQUARE

The capital once again offers its recognizable blend of city vibes, open-air concerts and lively squares. New Year's concerts at Independence Square, the Podgorica Holiday Market, food stalls and wine with live music create a warm ambience lasting from morning until late at night. For the 2026 New Year's celebration, Podgorica has prepared a rich, weeks-long program starting on December 19 with a concert by Nataša Bekvalac. She will be followed on December 21 by the legendary rock band Osvajači, while on December 23 the audience can expect an emotional performance by Jelena Tomašević. Tijana Bogičević takes the stage on December 25, followed two days later by Alen Islamović. December continues in the same festive rhythm — Al Dino performs on the 29th, the band SARS on the 30th, and on New Year's Eve, December 31, Sara Jo and Marko Louis will fill the square with music. In the January part of the program, Knez performs on January 1, Piloti on January 2, Tropico Band on

January 3, and Dženan Lončarević closes the series of concerts on January 6.

BUDVA — SEVEN DAYS OF FESTIVITIES

Budva, traditionally the region's most famous New Year's destination, is preparing a seven-day musical program beginning on December 29 with performances by Peđa Medenica, Boban Rajović, Jovana Pajić and Mirza Selimović. A day later, on December 30, the audience will enjoy hits by Zana, TAP 011 and Marko Louis. The craziest night of the year, December 31, is reserved for Teodora Šćepanović, Emina Jahović and Aco Pejović. The music marathon continues after New Year's Eve — on January 1 Perper, Chegi and the iconic Bijelo Dugme will perform, while on January 2 the stage will be taken over by Breskvica, Relja Popović and Nikolija. January 3 brings a concert by Sergej Četković and Sara Jo with Lexington Band, and on January 4 Budva will host a special tribute night dedicated to David Bowie, ABBA and AC/DC. The entire program, valued at 500,000 euros, once again places Budva among the region's top holiday destinations. The square in front of the Old Town turns into a grand stage under the stars.



KOTOR — MAGIC IN THE OLD STREETS

“Kotor has been the first city in the region to organize an outdoor New Year’s celebration since 1998, laying the foundations for a tradition that continues today.

Kotor Winter Fest, now in its third year, brings one of the most promising winter festivals with spectacular concerts: it opens with world-renowned DJ Fedde Le Grand, followed by Parni Valjak, Marija Šerifović, Edo Maajka, Elemental, Leon Lasić, Bruno Rački, Jakov Jozinović and numerous DJs. The festival culminates with Kurd Maverick, along with the ‘From Christmas to Christmas’ program featuring traditional priganice on December 24 and January 6. Within the Park Edition festival, visitors can enjoy an ice rink, carousel, children’s performances, inclusive workshops, briškula and trešeta tournaments, and special programs for children’s New Year celebrations.” — Jovan Ristić, Director of the Kotor Tourist Organization

TIVAT — AN ADVENT BY THE SEA

Tivat cherishes a more elegant, tranquil holiday rhythm with seaside promenades. The New Year’s bazaar along the waterfront, gourmet corners, evening DJ sessions and lights reflecting in the marina create an idyllic picture of winter by the sea. This year, the town has prepared a highly attrac-

tive program. On December 30 the audience will be entertained by Saša Matić, while on New Year’s Eve, December 31, one of the region’s biggest stars — Lepa Brena — will perform. On January 1, 2026, Tivat hosts Jelena Rozga, and on January 2 Toni Cetinski joins in, rounding off a series of top-tier performances.

HERCEG NOVI — A FESTIVAL OF LIGHT AND MUSIC

During the holidays, Herceg Novi becomes a radiant Mediterranean stage. Nikola Đurković Square turns into the heart of festivities, with concerts, street performances and small bazaars along the promenade. On New Year’s Eve, December 31, a concert by Haris Džinović and Neda Ukraden will bid farewell to the old year in true Balkan style.

The celebration continues on January 1 with Željko Samardžić and Vesna Zmijanac, while on January 2 Dženan Lončarević and Tropic Band will close the program, ensuring the festive atmosphere lasts well into the new year.

BAR — A WARM, HOME-STYLE HOLIDAY SCENE

Bar often blends concert programs with local bazaars, Mediterranean flavors and seaside strolls. New Year in this town feels relaxed, centered around togetherness. Festivities begin on December 29 with performances by Čardak Bend, Aleksandra Prijović and DJ Čoske, setting the tone for an en-

ergetic holiday season. A day later, on December 30, Dino Beharović, Andrea Demirović, Nataša Bekvalac and DJ Marko Milanović will perform.

For December 31, Bar prepares an energetic evening featuring Grim, the “Hits of the 90s” program and DJ Stanco. The New Year is welcomed with a spectacular lineup — on January 1 Padrino Bend, Zdravko Čolić and DJ Mandozica will perform, while January 2 will remain equally lively with Akademija, Gula and Katapult, followed by Aco Pejović with DJ Mallex Morer..

KOLAŠIN I ŽABLJAK — NEW YEAR UNDER THE SNOW

For those seeking a white holiday postcard — the north is the perfect choice. Kolašin offers mountain lodges, ski slopes and evening gatherings in hotels or outdoors. Žabljak brings fireworks over Durmitor, the silence of snowfall and the warmth of wooden interiors. Here, the New Year unfolds at a slower pace, but with a stronger sense of being present in the moment.

Whether you choose the energy of bustling squares and concerts or the quiet of snowflakes and evenings by the fire — Montenegro offers countless ways to say goodbye to the old and welcome the new year. Holidays, after all, are moments remembered for their people and atmosphere. And here — the atmosphere always has a heart. ●

PAB KVIZ MONTENEGRO

Pab kvizovi postali su i kod nas jedno od omiljenih načina da ljudi svih uzrasta provedu kvalitetno i zabavno svoje slobodno vrijeme, posebno tokom jesenjih i zimskih dana, kada ovakva druženja postaju još privlačnija. U svijetu to odavno nije novost, ovakvi kvizovi datiraju još od sedamdesetih godina prošlog vijeka, a Pab kviz Montenegro pokrenuo je Zoran Miljanić prije 9 godina. Kvizovi se za sad održavaju u Podgorici i Nikšiću.

Razgovarala
TEODORA ĐURNIĆ

Foto
PRIVATNA ARHIVA I
NEMANJA MARIĆ



REDOVNI UČESNICI KVIZA SU KAO JEDNA VELIKA PORODICA. NA KVIZU MOGU UČESTVOVATI SVI OD 16 DO 116 PA JE ZANIMLJIV KAKO POJEDINCIMA I EKIPAMA SASTAVLJENIH OD GENERACIJSKI BLISKIH UČESNIKA ALI I PORODICAMA



IDEJA KOJA JE OKUPILA GENERACIJE KVIZAŠA

Sa Zoranom smo razgovarali o počecima, porastu kviz-kulture i izazovima koje donosi vođenje više od 600 održanih kvizova širom Podgorice i Nikšića. On se danas rado prisjeća 2016. godine, kada je iz velike ljubavi prema kvizovima odlučio da napravi prvi korak u nešto sasvim novo.

“Od osnovne škole sam bio veliki fan TV kvizova i uživao sam da ih pratim. Bar to malo kvizova koji su se tada povremeno emitovali. Nakon završenog fakulteta nisam uspio pronaći posao u struci već sam se bavio poslovima nezanim za istu. A kako sam primijetio da su u Zagrebu i Beogradu startovali sa organizacijom kvizova po kviz sistemu karakterističnom za Englesku, odakle je sve krenulo, pomislio sam zašto i ja ne bih napravio nešto svoje ovdje kod nas. Tako da sam osmislio nešto svoje i tada, mada i danas pošto je kviz zaštićen autorskim pravima, jedinstveno u svijetu što se tiče pub quizinga”, kaže Zoran.

Kaže da neće nikada zaboraviti svoj prvi održani kviz u **Gemelli štampariji** kod Milenijum mosta u Podgorici.

PUT PAB KVIZA: OD BRITANSKIH PABOVA DO BALKANSKIH LOKALA

Pab kvizovi, kakve danas poznajemo, nastali su u britanskim pubovima, gdje su se gosti još sredinom prošlog vijeka nadmetali u znanju kroz opuštene razgovore i male improvizovane „duel“ rasprave o raznim zanimljivostima. Do kraja pedesetih godina ovi susreti već su prerasli u organizovane događaje koje je posjećivalo na hiljade ljudi, a **1976. godine, britanska firma “Burns and Porter” pokrenula je prve prave kvizaške lige** sa više desetina timova, što se smatra početkom modernog pab kviza. Danas su najpoznatiji britanski kvizovi koji se redovno održavaju u pubovima Londona, Manchestera i Liverpoola. U regionu, posebno u **Beogradu i Zagrebu**, pab kvizovi su već godinama među najposjećenijim društvenim događajima u lokalima, uz stalne lige i tematske večeri koje okupljaju veliki broj zaljubljenika u kviz kulturu.



Prilikom konstruisanja kvalitetnog kviza potrebno je bar 16-18h aktivnog kreativnog rada

Kviz - Akademija piva

“Na prvom kvizu je učestvovalo svega pet ekipa, oko dvadesetak osoba. Uglavnom mojih prijatelja sa njihovim društvom. Neki od njih su već biliiskusni i odlični kvizaši. Test kviz, da vidimo kako će proći i da li ima budućnost. Bilo je vrlo uzbudljivo. Ja pod pozitivnom tremom. Na sreću nakon velikog aplauza na kraju znao sam da sam uradio nešto vrlo kvalitetno”, prisjeća se Zoran.

Iako danas ima razrađene igre i prepoznatljiv stil, Zoran kaže da ga kreativni dio posla i dalje najviše inspiriše, ideje, priznaje, stižu u najneočekivanim trenucima.

“Prilikom konstruisanja kvalitetnog kviza potrebno je bar 16-18h aktivnog kreativnog rada. Tu se ne računaju bilo kakve pauze i sl. Ovo je vrlo zahtjevan posao. Onda nakon toga dođe oko pet sati za odrađivanje istog. Tu je i ekipa koja mi pomaže u vođenju kviza. Zatim narednog dana se potroši koji sat na društvene mreže i komunikaciju sa kviz saradnicima”, opisuje Zoran svoj proces rada.

“Ne znam da li ja biram pitanja ili ona mene”, kaže Zoran uz osmijeh i naglašava da se uvijek trudi da pitanja budu kreativna, zanimljiva i višeslojna, kako bi igračima probudilo i zagolicalo maštu.

Iza njega je preko 600 održanih kvizova i mnoštvo tim-building događaja, ali, kako kaže, broj nikada nije bio cilj sam po sebi.

„U regionu ima organizatora sa mnogo većim ciframa, ali kvalitet mi je uvijek na prvom mjestu“, ističe Zoran.

Kada je riječ o tome kako publika doživljava kviz, Zoran priznaje da su emocije često burne, ali uvijek pozitivne.

“Čini mi se da bi me neki nekada u trenutku kada ne mogu da dođu do odgovora ili kada im ne želim prihvatiti neki odgovor koji je blizu, ali nedovoljno blizu, pošto su vrlo kompetitivni u mislima →



IZA NJEGA JE PREKO 600 ODRŽANIH KVIZOVA I MNOŠTVO TIM-BUILDING DOGAĐAJA, ALI, KAKO KAŽE, BROJ NIKADA NIJE BIO CILJ SAM PO SEBI

◀ Zoran (prvi zdesna)



rado poslali na vječna lovišta dok je to samo par minuta kasnije ljubav neizbrisiva. Nikada nema negativnih scena da me ne razumijete pogrešno. Redovni učesnici kviza su kao jedna velika porodica. Na kvizu mogu učestvovati svi od 16 do 116 pa je zanimljiv kako pojedincima i ekipama sastavljenih od generacijski bliskih učesnika ali i porodica", kaže Zoran.

Ipak, kada je riječ o uzorima sa svjetske kviz scene, Zoran kaže da ih zapravo, nema. Umjesto da se oslanja na postojeće modele ili poznata imena, nastoji da ostane dosljedan sebi i razvija sopstveni pristup. „Poštujem veliki broj sjajnih kvizaša, ali

trudim se biti svoj i napredovati svakog dana. U radu me inspirišu apsolutno svi kvizovi sa dobro osmišljenim konceptom i kvalitetno napisanim pitanjima“, kaže on.

Pored njegovog već prepoznatljivog Pab kviza, podgorička scena u posljednje vrijeme bilježi rast broja tematskih kvizova, od muzičkih i filmskih, do onih posvećenih popularnim serijama. Ipak, kada je riječ o objašnjenju sve veće popularnosti kviz kulture kod nas, Zoran ostaje rezervisan.

“Kada bi se svi ti kvizovi organizovali na pošten način i u svrhu razvoja kviz scene, kao jedne od nosilaca kulturnih događaja u regionu, imao bih samo

riječi podrške, što trenutno na žalost nemam. Nadam se da će se ovo popraviti. Nijesam neko ko igra igrice pa ne znam diplomatski odgovarati. Postoji i par kvizova koji imaju moje poštovanje“, naglašava Zoran.

Kako kvizovi postaju dio večernje rutine sve većeg broja ljudi, pitali smo Zorana i da li planira da svoju kvizašku priču proširi i izvan Podgorice i Nikšića.

“U planu je već dugo vremena širenje na druge gradove ali je potrebno vremena pronaći adekvatne voditelje kviza, koji imaju solidno kvizaško znanje kao i prostor u kome bi se kviz organizovao. Ukoliko neko misli da bi bio sposoban za to, slobodno neka se javi. Mogu me kontaktirati vlasnici/menadžeri lokala koji bi bili zainteresovani da se tako nešto kod njih organizuje“, poručuje Zoran. ●





Quiz House pub, Nikšić

PUB QUIZ MONTENEGRO

Pub quizzes have even here become one of the favourite ways for people of all ages to spend their free time in a quality and fun way, especially during autumn and winter days, when such get-togethers become even more attractive. Globally, this has not been news for a long time; such quizzes date back to the 1970-ies. As for Pub Quiz Montenegro, it was launched by Zoran Miljanić 9 years ago. So far, quizzes are held in Podgorica and Nikšić.

Interview conducted by:
TEODORA ĐURNIĆ

Photo
PRIVATE ARCHIVE AND
NEMANJA MARIĆ



IDEA THAT GATHERED GENERATIONS OF QUIZ LOVERS

We talked to Zoran about the beginnings, growing quiz culture and the challenges related to the staging of more than 600 quizzes all over Podgorica and Nikšić. He gladly recalls the year 2016, when, because of his big love for quizzes, he decided to make the first step into something completely new.

"I had been a big fan of TV quizzes ever since my elementary school and I enjoyed watching them. At least the few quizzes that were occasionally broadcast back then. After graduating from the university, I was not able to get a job compatible with my degree, instead I did some unrelated jobs. When I noticed that in Zagreb and Belgrade quizzes were being organized according to the system typical of England, where everything had started from, I thought I could do something similar here, too. Therefore, I designed something original and unique in the world of pub quizzing back then, which is still the case, since the quiz is protected by the copyright", says Zoran.

He says he will never forget his first quiz in the "Gemelli" printing house near Millennium Bridge in Podgorica. →

PUB QUIZ JOURNEY: FROM BRITISH PUBS TO BALKAN RESTAURANTS

Pub quizzes, such as we know today, were created in British pubs, where the guests, as early as in the mid-twentieth century, competed in the knowledge through relaxed conversations and small improvised "discussion duels" on various topics. By the end of the 1950-ies, these gatherings had grown into organized events attended by thousands of people, and in 1976, "Burns and Porter", a British company launched the first real quiz leagues with several dozen teams, which is considered the beginning of the modern-era pub quiz. The best-known British quizzes today are those held regularly in the pubs of London, Manchester and Liverpool. In this region, in Belgrade and Zagreb in particular, pub quizzes have for years been the most attended social events in the restaurants, with permanent leagues and theme evenings which gather a large number of the lovers of quiz culture.



Zoran (first from the right)



REGULAR PARTICIPANTS OF QUIZZES ARE LIKE ONE BIG FAMILY. QUIZ IS OPEN TO ANYONE AGED 16 TO 116, THEREFORE IT IS EQUALLY INTERESTING TO INDIVIDUALS AND THE TRAMS COMPOSED OF PEOPLE OF SIMILAR AGE, BUT ALSO TO FAMILIES

HE HAS HELD OVER 600 QUIZZES AND MANY TEAM-BUILDING EVENTS, BUT, AS HE SAYS, NUMBER HAS NEVER BEEN A GOAL IN ITSELF

“At the first quiz, there were only five competing teams, about twenty persons. Mostly friends of mine with their friends. Some of them had already been experienced and good quizzers. We did a test quiz, to see how it would all go and if there was any future in it. It was very exciting. I, feeling positive anxiety, luckily after a big round of applause at the end, I knew I had done something of a high quality”, remembers Zoran.

Although today he has elaborate games and a recognizable style, Zoran says that creative part of the job continues to inspire him most; the ideas, he admits, come at the most unexpected moments.

“When you design a high quality quiz you need to put into it at least 16-18 hours of active creative work. This does not include any kind of breaks or similar. This is a very demanding job. After that, come about five hours of actually doing it. There is a team of people to help me with the quiz. Then, the following day I spend an hour or two on social networks and communication with my associates”, Zoran describes his work process.

“I don’t know if I choose the question or they choose me”, says Zoran with a smile and stresses that he always tries to have creative, interesting and multi-layered questions, so as to awaken and tickle the players’ imagination.

He has held over 600 quizzes and many team-building events, but, as he says, number has never been a goal in itself.

“There are organizers in the region with

a lot bigger numbers, but the quality form me comes always first”, says Zoran.

When it comes to how the audiences experience quiz, Zoran admits that the emotions are often intense, but they are always positive.

“It seems to me that at a moment when people are unable to come up with an answer or when I do not want to accept certain reply which is close, but not close enough, for being competitive in their minds, they would gladly send me to the “eternal hunting grounds”, while only a couple of minutes later it turns into indelible love. There are never negative situations, just make clear. Regular participants of quizzes are like one big family. Quiz is open to anyone aged 16 to 116, therefore it is equally interesting to individuals and the trams composed of people of similar age, but also to families”, says Zoran.

However, when it comes to role models from the world quiz scene, Zoran says that there really aren’t any. Instead of relying on the existing models or on the well-known names, he tries to remain true to himself and to develop his own approach.

“I respect a large number of great quizzers, but I try to be myself and to make progress every day. In my work, I am inspired by absolutely every quiz with well-designed concept and with well-written questions”, he says.

Besides his already recognizable Pub quiz, in recent times Podgorica scene

was witnessed the increase of the number of thematic quizzes, from those dedicated to music and movies, to the ones dedicated to the popular series. Nevertheless, when it comes to explaining the growing interest in quiz culture in this country, Zoran remains reserved.

“If all the quizzes were to be organized in an honest way and with the purpose of development of the quiz scene, as one of the champions of cultural events in the region, I would have nothing but the words of support, which unfortunately I don’t currently have. I hope that this is going to change for the better. I am not someone who plays games and I cannot give diplomatic answers. There are also a couple of quizzes which have my respect”, stresses Zoran.

Since quizzes are becoming a part of the evening routine of the increasing number of people, we asked Zoran if he planned to expand this quiz story beyond Podgorica and Nikšić.

“I have long had a plan to expand it to other towns, but it takes time to find adequate quizmasters, who have solid quiz knowledge, as well as a facility where quiz could be organized. In case someone thinks he/she is capable of doing it, he/she should feel free to let me know. Restaurant owners/managers can get in touch with me in case they are interested in organizing something like that in their facilities”, says Zoran. ●

SOMERSBY



WISHES YOU ALL THE BEST

BREND
3DOMIKA

INSPIRISANI LJEPOTOM CRNE GORE

Od botaničkih bilješki, preko 3D štampe i ručnog oblikovanja, do pažljivo sklopljenih kolekcija koje nose identitet zemlje iz koje su ponikle — upoznajemo mladu Vasilisu Feodotovu i porodični brend 3Domika, koji spaja prirodu, tehnologiju i tradiciju.

Tekst MAJA NIKOLIĆ
Foto PRIVATNA ARHIVA

Vasilisa Feodotova ima tek 19 godina, ali već vrlo jasno zna u kom smjeru želi da razvija svoj put — on se nalazi tačno između prirode, gastronomije, dizajna i kulturnog nasljeđa Crne Gore. Rođena i odrasla u Budvi, školovala se za gastronomiju, a potom upisala



Vasilisa Feodotova

Biotehnički fakultet, gdje izučava biljnu proizvodnju. Upravo kroz rad na herbaru i susret sa raznolikošću crnogorske flore nastala je jedna od najnežnijih ideja domaće kreativne scene.

Brend 3Domika nastao je kao nastavak porodične priče — one koju je 2010. godine pokrenula njena majka, **Olga Đurović**, pod imenom Domiki Jewellery. Početkom ove godine odlučili su da porodično znanje, umjetnost i osjećaj za oblikovanje spoje sa savremenim tehnologijama, i tako je rođen novi kreativni pogon posvećen 3D dizajnu i ekološkim materijalima.

Tim danas čine četvoro ljudi: Olga Đurović, koja osmišljava umjetničke skice, Ognjen Terić koji ih pretvara u digitalne 3D modele, Darko Đurović koji brine o organizaciji i razvoju, i Vasilisa, zadužena za vizuelni identitet i komunikaciju. Njihov rad u isto vrijeme je i tehnološki i ručno izveden: modeli se štampaju PLA materijalima biljnog porijekla, nerijetko sa dodatkom 30% drveta, da bi potom prošli ručnu obradu, doradu, šmirglanje, lakiranje i precizno sastavljanje. Svaki komad prolazi kroz ruke ljudi — i baš tu

počinje njegova autentičnost.

Ekologija kao polazna tačka

U 3Domika studiju održivost nije dodatak, nego temelj. Tim svjesno bira materijale biljnog porijekla: PLA na bazi kukuruznog skroba i šećerne trske umjesto naftnih derivata—materijal koji se mikrobiološki razlaže i ne opterećuje okolinu. Često koriste i filamente sa do 30% drvenih čestica: miris, hrapavost i tekstura drveta daju predmetima prirodan osjećaj, pa tehnologija i priroda funkcionišu u jednoj rečenici.

Tehnologija + zanat = ručni rad

Iako štampa obavlja tehnički dio, svaka forma prolazi kroz ruke ljudi. Proces počinje Olginim skicama, koje Ognjen pretvara u digitalne 3D modele. Mašina se ručno podešava, biraju se materijali i boje, nadgleda se štampa i interveniše kad god treba—jer nijedna mašina nije savršena. Model se zna mijenjati i po dvadeset puta. Nakon štampe slijedi ručna obrada: uklanjanje elemenata, šmirglanje, lijepljenje, ponekad lakiranje, a onda precizno sklapanje (alke, zakačke, iglice, kazaljke...).



KRAJEM LJETA, KAD CVJETOVI ZAMIRU, NASTAJE JESENJA PRIČA O GLJIVAMA—ISTOVREMENO ESTETSKA I EDUKATIVNA

Svaki komad se ručno pakuje. Cilj je da predmet bude jedinstven, ali i ponovljiv u malim serijama istog kvaliteta—što je važno za suvenirnice i galerije—prednost koju klasična polimerna glina ne može uvijek da isprati. U kolekcijama poput „Montenegro Flowers“ učestvuju cijeli tim: Olga i Ognjen rade modele, Darko logistiku i finansije, Vasilisa sklapanje, finalno odobravanje dizajna i prodaju (zajedno s Darkom). Zahvaljujući njenom botaničkom znanju, cvjetovi zadržavaju morfološku tačnost uz umjetničku jednostavnost.

„Montenegro Flowers“ – sedam simbola prirode

Prepoznatljiv pečat brenda postao je spoj tradicije i lokalnog identiteta sa minimalističkim, savremenim formama. Prva kolekcija, „Montenegro Flowers“, koju je naša sagovornica razvila zajedno sa svojom majkom, donosi sedam cvjetova Crne Gore — prepoznatljivih, ali i endemičnih vrsta, među kojima je i *Petrolanium Crnojevicii*, biljka koja raste samo ovdje. To je bio način da se domaćoj publici vrati pažnja na prirodno bogatstvo koje često uzimamo zdravo za gotovo, ali i da se strancima pokaže ljepota flore ove zemlje u obliku koji mogu ponijeti sa sobom.

„Gljive Crne Gore“ – šumska estetika i edukacija

Krajem ljeta, kad cvjetovi zamiru, nastaje jesenja priča o gljivama—istovremeno estetska i edukativna. Predstavljeno je sedam upečatljivih vrsta: neke zbog forme i boje, druge zbog globalne prepoznatljivosti. Broševi i minđuše dolaze kao pojedinačni motivi ili male kompozicije na podlozi nalik kori drveta (štampanoj filamentom sa ~30% drvene piljevine). Gljive i stilizovane grančice jela izrađene su filamentom sa svilenim ili metalik efektom, zbog čega se komadi nježno presijavaju na suncu—lagani su, uprkos većim dimenzijama. Svaki komad prati razglednica sa originalnim skicama Olge Đurović i nazivima gljiva; na poledini je prostor za poruku, pa cijela linija funkcioniše kao pažljivo osmišljen poklon.

Od nakita do objekata

Uz nakit, 3Domika razvija edukativne igre (puzle, senzorne igračke), zidne satove sa motivima crnogorskih gradova i dobrotске čipke, lampe i

dekorativne elemente. Realizuju i promotivne narudžbine (beđevi, privešci, personalizovani detalji), 3D modele za studente arhitekture, pa i tehničke dijelove. Raznolikost materijala omogućava i delikatan komade i čvrste, funkcionalne objekte. Projekti pristižu prirodnim tokom ideja, uz povremene porudžbine; trenutno se pripremaju zimske kolekcije i praznična dekoracija, kao i tematske linije prilagođene događajima.

Festivali kao mjesta susreta

Eko i kulturni festivali za tim su mnogo više od promocije: tu nastaju saradnje, razmjena ideja i prijateljstva. Iskustvo gradili još od 2010. sa Domiki Jewellery brendom, a publika prepoznaje autentičnost i kvalitet. Svaki novi susret sa ljubiteljima prirode, umjetnosti i domaće izrade daje energiju za dalje.



Petrolanium Crnojevicii

Ko kupuje 3Domika?

Publika je široka—od djece do starijih. Proizvodi se nalaze u suvenirnicama u Kotoru i Budvi, često i u Tivtu, te na manifestacijama širom obale i sjevera. Posebna pažnja posvećuje se materijalima: za metalne dijelove koriste se srebro ili visokokvalitetni medicinski čelik, nježan i prema osjetljivoj koži. Estetika + funkcionalnost + kvalitet = komadi za one koji vole ručno rađene suvenire i one koji traže moderan, održiv dizajn.

Misija i saradnje

Prva godina donijela je više autorskih linija inspirisanih crnogorskim nasljeđem: cvijeće, dobrotska čipka, zlato-vez, morski motivi. Nakon „Gljiva Crne Gore“, sprema se kolekcija o mitskim bićima iz narodnih predanja.



Kroz rad na herbaru i susret sa raznolikošću crnogorske flore nastala je jedna od najnježnijih ideja domaće kreativne scene

Tim njeguje saradnje s dizajnerima i umjetnicima: posebno s Marinom Banović (revija „Moda hoda Podgoricom“, kolekcije od recikliranih i autentičnih dijelova nošnjij) i s Milenom Đukanović na Funk festivalu UCG—tada je centralni komad bio plavi feniks, a broševi su donirani ženama iz NVO „Diši“. Dugo saraduju i sa Humanitarnim plivačkim maratonom Open Water: dio prodaje ide u humanitarne svrhe. U fokusu su uvijek iste vrijednosti—humanost, kultura i ljubav prema prirodi Crne Gore.

Most između tradicije i budućnosti

3D štampa se u 3Domika filozofiji ne suprotstavlja tradiciji, već je oživljava. Motivi iz veza, nošnjij i prirode prelaze u savremene forme, zadržavajući simboliku i „dušu“. Tako tradicija postaje bliska i digitalnoj generaciji—živ dokaz da tehnologija, korišćena svrhovito i s poštovanjem prema okolini, može da bude most između nasljeđa i budućnosti.

Radionice – znanje koje se dijeli

Pedagoško iskustvo Olge, dječijeg psihologa, utkano je u radionice za djecu, studente i odrasle. Učesnici prolaze cijeli put 3D štampe—od modela do materijala i njihovih ekoloških osobina—i uče kako tehnologija postaje alat kreativnosti i odgovornosti. Reakcije su izuzetno pozitivne, a plan je da se edukativni program širi i dalje, kako bi se podstakla tehnološka i ekološka svijest u Crnoj Gori. ●

BREND
3DOMIKA

INSPIRED BY THE BEAUTY OF MONTENEGRO

From botanical field notes, through 3D printing and hand finishing, to carefully assembled collections that carry the identity of the land they originate from — we meet young Vasilisa Feodotova and the family brand 3Domika, which unites nature, technology and tradition.

Tekst MAJA NIKOLIĆ
Photo PRIVATE ARCHIVE



Vasilisa Feodotova is only 19, yet she already knows clearly in which direction she wants to shape her path — right at the intersection of nature, gastronomy, design and the cultural heritage of Montenegro. Born and raised in Budva, she studied gastronomy in high school, and later enrolled at the Biotechnical Faculty, where she studies plant production. It was through working on a herbarium and encountering the richness of Montenegrin flora that one of the most delicate ideas on the contemporary local creative scene began to grow.

The brand 3Domika emerged as a continuation of a family story — one that began in 2010 with her mother, Olga Đurović, under the name Domiki Jewellery. Earlier this year, the family decided to connect their artistic sensibility and craftsmanship with modern technology, and thus a new creative atelier dedicated to 3D design and ecological materials was born.

The team today consists of four people: Olga Đurović, who creates the artistic sketches; Ognjen Terić, who transforms them into digital 3D models; Darko Đurović, who oversees organiza-

tion and development; and Vasilisa, responsible for visual identity and communication. Their work is simultaneously technological and handmade: the models are printed using plant-based PLA materials, often with up to 30% wood fibers, and are then hand-finished — sanded, adjusted, lacquered,



and assembled with precision. Every piece passes through human hands — and that is exactly where its authenticity begins.

Ecology as the Starting Point

At 3Domika, sustainability is not an addition — it is the foundation. The team intentionally uses plant-based materials: PLA derived from corn starch and sugar cane instead of petroleum-based plastics — a material that biodegrades naturally and does not harm the environment. They also frequently work with filaments containing up to 30% wood particles: the scent, texture and tactile roughness of wood give each object a naturally grounded feel, uniting technology and nature in one gesture.

Technology + Craft = Handwork

Although printing is a technical process, every form is created and refined by hand. It begins with Olga's drawings, which Ognjen translates into 3D models. The machine must be manually calibrated, materials and colors selected, the print monitored, and interven-

AS SUMMER FADES AND FLOWERS RETREAT, THE AUTUMN STORY OF MUSHROOMS BEGINS — VISUALLY CAPTIVATING AND EDUCATIONAL AT ONCE

tions made — because no machine is perfect. A model is often revised twenty times before reaching the desired form.

After printing comes hand finishing: removing excess elements, sanding, gluing, occasionally lacquering — and finally assembling the piece (clasps, hooks, brooch pins, clock hands...). Each piece is then packaged by hand. The goal is to create an object that is unique, yet reproducible in small, consistent series — an important advantage for souvenir shops and galleries. This is something that classical polymer clay techniques cannot always guarantee.

In collections such as *Montenegro Flowers*, the whole team is involved: Olga and Ognjen create the models, Darko handles logistics and finance, and Vasilisa assembles the jewelry, approves the final design and takes part in sales. Thanks to her botanical background, the flowers in the collection retain their morphological accuracy while still appearing artistically refined.

Montenegro Flowers — Seven Symbols of Nature

The brand's signature has become the blend of tradition and local identity with contemporary minimal forms. The first collection, *Montenegro Flowers*, developed by Vasilisa and her mother, features seven species of Montenegrin flowers — both familiar and endemic, including *Petrolamium crnojevicii*, a plant found only in Montenegro. The aim was to remind locals of the natural beauty often taken for granted — and to share it with visitors in a form they can carry with them.

Mushrooms of Montenegro — Forest Aesthetics and Education

As summer fades and flowers retreat, the autumn story of mushrooms begins — visually captivating and educational at once. The collection features seven striking species:

some for their shapes and colors, others for their global recognition. Brooches and earrings appear as single motifs or as small compositions on wooden-like bases printed from filament containing ~30% wood. The mushrooms and stylized fir branches, printed with silk- or metallic-effect filaments, shimmer softly in the light. Despite their size, the pieces remain surprisingly lightweight. Each item comes with a postcard featuring Olga's original sketches and the scientific name of the mushroom — with space for a handwritten note.

From Jewelry to Objects

Beyond jewelry, 3Domika creates educational puzzles and sensory toys for children, wall clocks inspired by Montenegrin cities and Dobrota lace, lamps and decorative pieces. They also produce custom promotional items, 3D models for architecture students, and even technical components. The diversity of materials allows for both delicate jewelry and durable everyday objects. Currently, the studio is preparing winter collections and holiday décor.

Festivals as Places of Exchange

For the team, eco and cultural festivals are more than promotion — they are spaces for collaboration, conversation and inspiration. Their roots in the creative community go back to 2010, and the audience consistently recognizes the authenticity of their work.

Who Buys 3Domika?

Their audience ranges from children to seniors. Their pieces can be found in souvenir shops in Kotor and Budva, frequently in Tivat, and at fairs and events along the coast and in the north. For metal components, they use silver or high-quality medical-grade stainless steel, suitable even for sensitive skin. The combination of aesthetics, functionality and durability appeals to both lovers of artisanal souvenirs and admirers of contemporary sustainable design.

Mission and Collaborations

The brand's first year brought several collections inspired by Montenegro's heritage: flowers, Dobrota lace, gold embroidery, and marine motifs. After *Mushrooms of Montenegro*, a collection inspired by mythical beings



It was through working on a herbarium and encountering the richness of Montenegrin flora that one of the most delicate ideas on the contemporary local creative scene began to grow

from folklore is underway. Collaborations include designer Marina Banović, and artist Milena Đukanović for the UCG Funk Festival — where the signature piece was a blue phoenix brooch later donated to the NGO working with women fighting breast cancer. The brand also supports humanitarian projects such as the Open Water Swimming Marathon.

A Bridge Between Tradition and the Future

In 3Domika's philosophy, 3D printing doesn't replace tradition — it revives it. Motifs once preserved in embroidery, costume and nature re-emerge in contemporary form, carrying the same meaning and emotion. In this way, tradition becomes tangible to the digital generation — proving that technology, when used with purpose and respect, can be a bridge between heritage and the future.

Workshops — Knowledge Shared

Olga's background as a child psychologist is deeply embedded in their creative workshops for children, students and adults. Participants experience the full 3D printing process — from modeling to material understanding — and learn how technology can become a tool of creativity and environmental awareness. Reactions have been overwhelmingly positive, and the plan is to continue developing the educational program to strengthen ecological and technological consciousness in Montenegro. ●



MASLINE, PORODICA I MORE:
život Balše Baletića između
Majamija i Crne Gore



KAPI ZLATA IZ ZETE AMERIČKI SAN NA CRNOGORSKOM TLU

Tekst: NADA KOVAČEVIĆ • Foto: NEMANJA MARIĆ

U PITOMOM DIJELU ZETE, IZMEĐU REDOVA MLADIH MASLINA KOJE SE PRESIJAVAJU NA JESENJEM SUNCU, GUSAKA KOJE SPOKOJNO KLJUČAJU TRAVU I MIRISA SVJEŽE ISCIJEĐENOG ULJA, VLASNIK GAZDINSTVA BALŠA BALETIĆ JE PRONAŠAO SVOJ MIR. NJEGOVO IMANJE U SELU SRPSKA DANAS SE PROSTIRE NA OKO 70 HILJADA KVADRATA SA VIŠE OD 3.000 STABALA MASLINE, VLASTITOM ULJAROM PIERALISI I MALIM „EKOSISTEMOM“ DOMAĆIH ŽIVOTINJA KOJE ODRŽAVAJU PRIRODNU RAVNOTEŽU.



BALŠA BALETIĆ

Kada je sadio prve masline u Zeti, Balša Baletić imao je dva jasna cilja: da napravi zelenu oazu koja će trajati, i da kvalitet ulja u potpunosti zavisi od njegovih ruku i znanja, a ne od tuđih rokova i kompromisa.

- Proizvodnja ulja nam ne određuje egzistenciju – to je dopunska priča zasnovana na ljubavi. Zato ne forsiramo kvantitet, već kvalitet - kaže Baletić za časopis Caffe Montenegro.



U Sjedinjene Države otisnuo se u februaru 2004. godine, „više avanturistički nego iz drugih razloga“. Prvi korak bio je **Los Angeles**, kod rodbine; nakon nekoliko mjeseci samostalnog života – preokret ka Majamiju. **Tenis je bio povod**: rođake, prve dvije u **Kaliforniji**, vodile su ga da vidi čuvene akademije – Rick Macci (onaj iz filma o sestrama Williams) i Nick Bollettieri. - Svidjelo mi se. Kako nijesam imao „svoje“ mjesto, rekao sam: živjeću gdje mi je najljepše - prisjeća se. Dvadeset i jednu godinu kasnije, Majami je i dalje njegova američka baza. Tamo je pokrenuo nekoliko kompanija – građevinske i trgovačku – i formirao porodicu. Supruga mu je Podgoričan-



NAZIV ULJA „ORO“ - SVJETSKO, A NAŠE

- Pitali su me zašto sam ulju dao ime baš „Oro“ – otkud to ime? Zapravo, vrlo simbolično. Tražili smo naziv koji će biti i crnogorski i svjetski. „Oro“ na italijanskom i španskom znači zlato, a maslinovo ulje se s razlogom zove „zlatna kap“. S druge strane, Oro je i crnogorska narodna igra – pokret, zajedništvo, radost. Sve se nekako spojilo u toj riječi. A kum ovog imena? Moja žena - dodaje uz osmijeh.



„Amerikanci kažu: čuvaj hobi da ti ne postane biznis. Ja sam to već prekršio – hobi je postao biznis, ali porodični.“

ka, upoznali su se u Budvi, iako su odrasli u istom podgoričkom kvartu – u ulici kod škole Maksim Gorki. - Tada je završavala master u Rimu, a drugi dio studija imala je u Fort Loderdeju – bukvalno pored moje kuće. Tako je sve počelo; nakon par godina smo se vjenčali.

Danas imaju tri kćerke rođene u Majamiju i dva sina rođena u Podgorici – „jedina dva Zabjelčanina koja su odmah po rođenju dobila američki pasoš“, duhovit je Balša. - Neću da djeca odrastaju uz kalendar play date-ova - kaže on.

Iako mu posao u Americi dobro ide, porodični razlozi presudili su da dio godine provodi u Crnoj Gori.

- Htio sam da djeca imaju djetinjstvo kao mi. U Americi ne mogu sama do prodavnice do 15. godine, a druženja se zakazuju devet dana unaprijed. To nije djetinjstvo. Rješenje je kompromis: raspusti u Americi, škola u Crnoj Gori.



Prve masline Baletić je zasadio 2018. godine – 35 korijena. Već naredne godine broj je porastao na 1.000 novih sadnica različitih sorti: pendolino, lećino, istarska bjelica, žutica... Danas imanje broji oko 3.000 stabala



- Neću im nametati ni Ameriku ni Crnu Goru; neka biraju kad odrastu. Govoreći o „izgubljenoj generaciji“ koja „ni tamo ni ovamo ne pripada“, dodaje da taj osjećaj ne želi za svoju djecu:

- Tamo si uvijek stranac, a vremenom i ovdje prestaneš da pripadaš. Najteže je ne pripadati nigdje. Veza sa zemljom potiče iz djetinjstva.

- Rođen sam u Podgorici, naspram „Pobjede“. Baba je živjela u ovoj kući u selu Srpska i jedina dječja „opasnost“ bila je bunar. Volio sam da vrijeme provodim u ovo selo.

Kako je zarađivao u Americi, otkupljivao je parcele i sklapao imanje: danas oko 70.000 kvadrata zemljišta, 3.000 stabala masline, sopstvena uljara Pieralisi, i objekat u kojem je zaokružio cijeli proces – od berbe do flaše. →



Crna Gora nudi miran, lagodan život. U Americi se radi 24 sata. Ko hoće da uspije tamo, ne treba da ide kao radna snaga, već da preuzme odgovornost i organizuje ljude.

- U maslinarstvu je presudno da se plod, odmah nakon berbe, što prije iscijedi i pravilno skladišti da ne oksidira. Zato beremo dok uljara radi; poslije cijedenja ulje ide u podrum. Sve je hladno cijedenje - objašnjava domaćin.

SA GRANE PRAVO U MLIN

Rodnost zasad nije velika – stabla su različite starosti, a mnoga će tek u narednim godinama prispjeti za punu berbu.

- Najvažnije je da su plodovi zdravi, bez uboda maslinove muve. To dugujemo podneblju, prozračnosti maslinjaka, adekvatnim mjerama i uzgoju. Za druge potencijalne štetočine, poput stjenica, zadužena je živina – i to eliminiše potrebu za preparatima - kaže Baletić. Tokom berbe, domaćina nijeste mogli razlikovati od radnika i prijatelja koji su došli da pomognu – bez „glume gazde“, već sa zasukanim rukavima. 🧤 Do te mjere da je i kominu, nakon cijedenja, provlačio kroz ruke.

- Dobro protrljate kominu među dlanovima, sačekate da se osuši – ako na koži ostane

masnih tragova, stručnjaci kažu da parametri cijedenja nijesu dobro podešeni - pokazuje Balša. Na rukama nije bilo viška ulja, a na izlazu iz separatora ulje se čisto odvajalo od vode. Voćni miris ispunio je prostor prije nego što je ulje spuštено u podrum sa salom za posjete, degustaciju i tankovima za čuvanje.

SORTI IMA KAO U MEDITERANSKOM VRTU

Prve masline Baletić je zasadio 2018. godine – 35 korijena. Već naredne godine broj je porastao na 1.000 novih sadnica različitih sorti: pendolino, lećino, istarska bjelica, žutica... Danas imanje broji oko 3.000 stabala, među kojima su mnoge tek u fazi sazrijevanja.

- Sadio sam najkvalitetnije sorte sa najviše polifenola, nabavljene uglavnom iz Hrvatske, a dio iz Italije. Namjerno sam posadio iste sorte iz oba rasadnika – da vidim razliku. Pokazalo se da hrvatske bolje napreduju. Rasadnik Prud iz Hrvatske je, po mom mišljenju, najbolji na Balkanu - kaže Baletić. Upozorava da se u Crnoj Gori

često uvoze sadnice iz Albanije bez adekvatne kontrole, čime se unose bolesti. - Jedna zaražena sadnica može uništiti cijeli maslinjak - kaže on.

HOBI KOJI JE PRERASTAO U PORODIČNI BIZNIS

Iako ima čovjeka koji održava imanje kad je u Majamiju, Balša većinu posla radi sam: košenje, obradu, sadnju. - Amerikanci kažu: čuvaj hobi da ti ne postane biznis. Ja sam to već prekršio – hobi je postao biznis, ali porodični. Posebno pamti prvu flašu: sa kćerkama (tada 14 i 12 godina) punio je boce pet-šest sati, lijepio etikete i uživao u tom trenutku.

- To je bio pravi porodični osjećaj.

Dizajn etikete uradili su prijatelji dizajneri, potpuno volonterski, „iz ljubavi“.

Solidarnost komšija posebno ga je dirnula: „Kad smo krenuli



ŽIVINA KAO „ZELENI TIM“

Užurbanost na gazdinstvu začinjavaju jata gusaka, pataka, kokošaka i morki, koje nijesu tu samo da oplemene dvorište već i da štite masline od insekata.

- Uzgoj živine u mobilnim objektima koje „šetamo“ po imanju, pored domaćih jaja, daje i dodatnu vrijednost – organsko đubrivo koje hrani zemlju i čuva balans - objašnjava Baletić.



Tokom berbe, domaćina nijeste mogli razlikovati od radnika i prijatelja koji su došli da pomognu – bez „glume gazde“, već sa zasukanim rukavima

Naše ulje je ekstra djevičansko. Iako na flaši piše 18 mjeseci, ako se dobro čuva, traje i do dvije godine - kaže Balša. Početnu tremu i nervozu berbe ubrzo su zamijenili rutina, umor – i ponos.

- Nijesam imao dilemu hoće li masline uspijevati u Srpskoj. Najbolja potvrda su stabla koja je moj otac Branislav zasadio prije skoro 30 godina, i koja i danas rađaju ispred kuće. Dodaje da se crnogorski maslinjaci godinama šire i

van Primorja:

- Zeta, Tuzi i Podgorica su idealno područje za maslinarstvo – potvrđuju to i Plantaže, ali i brojni manji i veći zasadi kolega maslinara koji se, na sreću, iz godine u godinu uvećavaju. Za Balšu Baletića dilema „Amerika ili Crna Gora“ ne postoji. - Može i jedno i drugo, uz dobru organizaciju. Već četiri-pet godina tako funkcionišemo. Na kraju se prisjeća očeve rečenice – koji je bio građevinski inženjer 90-ih godina: - Od Drugog svjetskog rata slušam „biće bolje“... Ipak, Balša dodaje:

- Crna Gora nudi miran, lagan život. U Americi se radi 24 sata. Ko hoće da uspije tamo, ne treba da ide kao radna snaga, već da preuzme odgovornost i organizuje ljude.

A na svom imanju, među redovima maslina, maslinovim lišćem, guskama i dječijim smijehom, Balša Baletić potvrđuje – može se uspješno živjeti i u Majamiju, i u Zeti. ●

berbu, došli su ljudi iz sela – nisam ih ni zvao. Dva dana brali su bez nadoknade, samo da pomognu. To je dokaz da nije tačno ono da Crnogorac ne voli uspjeh drugoga.“

BROJKE, KVALITET I TRŽIŠTE

Prošle godine Baletići su ubrali preko 10 tona maslina i dobili oko 800 litara ulja. Na tržište su izašli 4. septembra, a sve količine su rasprodate u četrdesetak dana – i to privatnim kupcima i ugostiteljskim objektima.

- Najvažnija je zdrava sirovina. Poslije toga brzina prerade i skladištenje u inoks posudama, hermetički zatvoreno, uz zaštitu od svjetlosti i kiseonika.



OLIVES, FAMILY AND THE SEA:
Balša Baletić's life between Miami and
Montenegro

GOLDEN DROPS FROM ZETA – AMERICAN DREAM ON MONTENEGRIN SOIL

Written by: NADA KOVAČEVIĆ • Foto: NEMANJA MARIĆ

IN THE PEACEFUL CORNER OF ZETA, AMONG THE ROWS OF YOUNG OLIVE TREES WHICH GLEAM IN THE AUTUMN SUN, GEESE CALMLY PECKING AT THE GRASS AND THE SCENT OF FRESHLY PRESSED OIL, BALŠA BALETIĆ, THE OWNER OF THE ESTATE HAS FOUND HIS PEACE. HIS ESTATE IN SRPSKA VILLAGE COVERS THE AREA OF AROUND 70000 SQUARE METRES, FEATURES MORE THAN 3.000 OLIVE TREES, PIERALISI OIL MILL AND A SMALL "ECOSYSTEM" OF DOMESTIC ANIMALS WHICH HELP MAINTAINING NATURAL BALANCE.



OIL LABEL "ORO" – GLOBAL, YET OURS

- I was asked why I named my oil "Oro" – where does the name come from? In fact, it is very symbolic. We were looking for a name which would be both Montenegrin and global. "Oro" in Italian and Spanish means gold, and olive oil is rightfully called "golden drop". On the other hand, Oro is also a Montenegrin traditional dance – motion, togetherness, joy. Somehow, all of it got combined in that word. And who actually named it like that? My wife – he adds with a smile.



When he was planting his first olive trees in Zeta, **Balša Baletić** set two clear goals: making a lasting green oasis and for the quality of oil to depend solely on his own hands and knowledge, and not on deadlines set by other people and on compromises.

- Oil production does not determine our existence – it is a complimentary story based on love. This is why we do not focus on quantity, but on quality – says Baletić for our magazine.

In February 2004, he set off to the United States, "more as an adventure than for any other reason".

The first leg was **Los Angeles**, to visit his relatives there; having lived there on his own for several months – he turned to Miami. **Tennis was the reason:** his cousins, two of whom living in **California**, took him to see the famous academies – Rick Macci (the one from the Sisters Williams movie) and Nick Bollettieri.

- I liked it. As I had not had "my own" place I said: I am going to live where I feel best – he recollects.

Twenty-one years later, Miami is still his American base. He founded several companies there – construction and commercial ones – and started his family there. His wife is from Podgorica. They met in Budva, despite having grown in the same Podgorica neighbourhood – near "Maksim Gorki" School.

- She was about to complete her master studies in Rome at the time, with the second part of the studies to be frequented in Fort Lauderdale – literally next to my house. This is how every-



thing started; we got married after a couple of years. Today, they have three daughters born in Miami and two sons born in Podgorica – “the only two inhabitants of Zabjelo (neighbourhood in Podgorica) who got American passports immediately upon being born”, says Balša jokingly.

- I don't want my children to grow up with playdate calendar play – he says.

Although his business in the States is doing well, family reasons were decisive for his decision to spend part of the year in Montenegro.

- I wanted for our children to have the childhood we used to have. In the States, they may not go alone to a grocery store until the age of 15, and social gatherings are possible only if scheduled nine days in advance. This is not a childhood. Compromise is a solution: holidays in the States, school in Montenegro.

- I am not going to impose America or Montenegro on them; they may choose when they grow up.

Speaking about the “lost generation” which “does not belong neither here nor there”, he adds that he does not want his children to have such feeling:

- You are always a foreigner there, and over time you stop belonging here, too. The most difficult thing is not to belong anywhere.

One's connection with one's country starts in the childhood.

- I was born in Podgorica, opposite “Pobjeda” publishing house. My granny lived in this house in Srpska village and the only “danger” for children was the water well. I liked spending my time in this village.

As he was earning money in the States, he was purchasing land parcels and establishing his estate: about 70.000 square metres today, 3.000 olive trees, his own Perialisi oil mill and a facility completing thus the entire process – from harvest to bottle.

- In olive growing, it is critical for fruit to be pressed immediately upon being harvested and properly stored in order not to oxidize. This is why we do the picking while the oil mill is in operation; after pressing, oil goes to the cellar. Everything is cold-pressed – explains our host.

FROM THE BRANS STRAIGHT TO THE MILL

Yield has not been too big so far – the trees are of different age, with many of them only to

POULTRY AS A “GREEN TEAM”

The hustle and bustle at the estate is spiced up by the flocks of geese, ducks, chickens and turkeys which are not there solely to enrich the yard, but also to protect the olives from insects.

- Raising poultry in mobile facilities which we “move” around the estate, in addition to eggs, brings another added value – organic fertilizer which feeds the soil and keeps the balance - Baletić explains.

reach full-yield age.

- The most important thing is for fruits to be sound, without being punctured by olive flies. We owe it to the climate, the airiness of the olive grove, adequate measures and cultivation. Other potential pests, like olive moth, are the duty of the poultry – which eliminates the need for preparations - says Baletić.

During the harvest, you could not tell the host from the workers and friends who came to help – without “playing the boss” but with rolled-up sleeves instead. To the extent that he even handled the pomace after pressing.

- Rub the pomace well between your palms, wait for it to dry – if there are oily traces on the skin, experts say that pressing →

parameters are not well adjusted – shows Balša. Here was no excess oil on the hands, and at the oil separator outlet the oil separated cleanly from the water. Fruity aroma filled the air before the oil was put in the cellar with visitors' hall, tasting area and storage tanks.

THERE ARE CULTIVARS AS IN A MEDITERRANEAN GARDEN

Baletić planted the first oil trees in 2018 – 35 plants. The following year already, the number rose to 1.000 new plants of different varieties: Pendolino, Leccino, Istrian white olive, „žutica“... Today, at the estate there are about 3.000 trees, many of which only at the ripening stage.

- I was planting the best quality varieties with the highest level of polyphenols, acquired mainly in Croatia, and some of them in Italy. I deliberately planted the same varieties from both nurseries – to see the difference. It turned out that the Croatian plants showed better progress. Prud nursery from Croatia is, according to my opinion, the best in the Balkans - says Baletić.

He warns that Albanian plants are often imported to Montenegro without adequate control, thus importing diseases, too.

- One infected plant can destroy the whole olive grove – he says.

HOBBY TURNED FAMILY BUSINESS

Although he hired a person to look after the estate while he is in Miami, most of work Balša does himself: mowing, processing, planting.

- Americans say: keep your hobby from becoming your business. I have already breached it – my hobby has become a business, but the family one.

He keeps special memory of the first bottle: with his daughters (14 and 12 years of age at the time) he would fill bottles for five-six hours, putting labels on

and enjoying the moment.

- It was a real family feeling. Label design was made by his designer friends, voluntarily, “out of love”.

Neighbours' solidarity particularly touched him: “When the harvest started, villagers came – I never called them. For two days, they were picking without remuneration, they just wanted to help. This proves it is not true that Montenegrins do not like other person's success.”

FIGURES, QUALITY, MARKET

Last year, the Baletićs harvested more than 10 tons of olives and produced about 800 litres of oil. They came to the market on 4th September, and sold everything within forty days or so – to private buyers and restaurants.

- The most important thing is to have sound raw material. Then follows the speed of processing and storage in stainless steel vessels, sealed hermetically, protected from the source of light and oxygen. Our oil is extra virgin. Although the label reads 18 months, if stored properly it can last up to two years - says Balša.

Initial trepidation and nervousness of the harvest were soon replaced by routine, fatigue and pride.

- I had no dilemma as to whether olives would thrive in Srpska. The best confirmation were the trees planted by my father Branislav almost 30 years ago which still bear fruit in front of the house. He adds that Montenegrin olive groves have been spreading beyond the coastal area for years:

- Zeta, Tuzi and Podgorica are ideal for olive growing – this is confirmed by the “Plantaže”, but also by numerous smaller and bigger olive groves of my colleague olive growers which are,



Baletić planted the first oil trees in 2018 – 35 plants. The following year already, the number rose to 1.000 new plants of different varieties: Pendolino, Leccino, Istrian white olive, „žutica“... Today, at the estate there are about 3.000 trees

luckily, enlarged from one year to another.

For Balša Baletić there is no “America or Montenegro” dilemma.

- Either can do with good organization. We have been living like that for the past four/five years already.

In the end, he remembers his father's phrase – who was a civil engineer in the 1990-ies:

- Ever since World War Two I have been hearing “it will be better”... However, Balša adds:

- Montenegro is offering a peaceful, easy-going life. In America, one works 24 hours. Who wants to succeed there, should not go there as a labourer, but assume responsibility and organize people instead.

And at his estate, among the rows of olive trees, olive leaves, geese and children's laughter, Balša Baletić confirms – one can have successful life both in Miami and in Zeta. ●

KAD ZAHILADI, POPIJ SVIJETLO!





Ana Radonjić

Izvršna direktorica

“ Naša snaga je u istrajnosti da ne pravimo kompromis u kvalitetu i u poštovanju dogovorenog. ”



TRI I PO DECENIJE POVJERENJA, INOVACIJE I INSPIRACIJE

Već tri i po decenije ENTEXT oblikuje industrijske standarde i postavlja mjerila kvaliteta, kroz posvećenost, inovacije i dugoročna partnerstva.

Kontinuirani razvoj i širenje vizije

Tokom prethodne godine, menadžment i zaposleni u ENTEXT-u predano su radili na unapređenju i proširenju poslovanja, što je rezultiralo novim projektima i konceptima: sektorom namještaja ENTEXT Living, kreativnim studiom Design Hub, te skorim otvaranjem novog showrooma u Baru. Sve to potvrđuje kontinuitet razvoja i ostvarenje brojnih značajnih referenci.

Njihova nastojanja ostaju usmjerena ka pružanju sveobuhvatne usluge – od početne ideje do potpune realizacije. Zahvaljujući čvrstoj logističkoj i tehničkoj strukturi, te podršci stručnog tima, svaki korak u procesu postaje sigurniji, efikasniji i prilagođen viziji klijenta.

ENTEXT Living – sektor namještaja

Sistem usluga u ovom sektoru dodatno je unaprijeđen, postavljajući temelje za ENTEXT Living koncept koji donosi cjelovita rješenja za opremanje enterijera i eksterijera. Bez obzira na stil, moguće je pronaći namještaj za sve tipove objekata, od privatnih rezidencija i poslovnih prostora, do ugostiteljskih i hotelskih objekata.

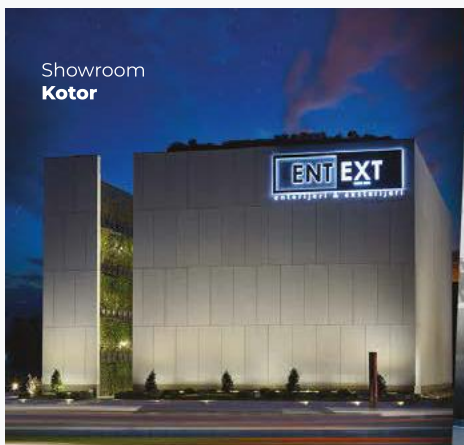
ENTEXT Living pažljivo bira brendove prema kvalitetu, dizajnu i inovativnosti materijala. Tim stručnjaka klijentima pruža detaljan uvid u kataloge i tehničke specifikacije, olakšavajući donošenje odluka i kreiranje prostora u skladu s najvišim estetskim i funkcionalnim standardima.



ENTEXT Design Hub - mjesto gdje ideje dobijaju formu

Design Hub je studio specijalizovan za idejna rješenja, projektovanje i dizajn enterijera. Iako ove usluge već dugo čine dio ENTEXT portfolija, novi studio predstavlja viši nivo organizacije i sistematizacije, omogućavajući klijentima potpunu podršku u realizaciji projekata.

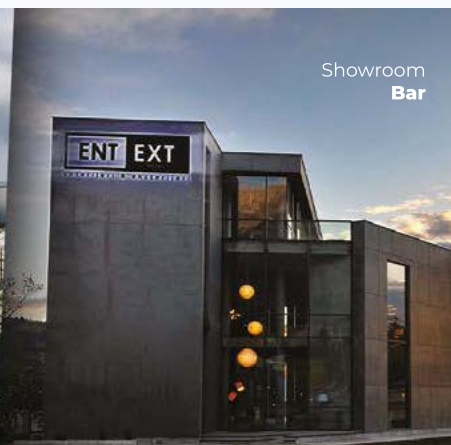
Iako je sa radom počeo tek krajem godine, Design Hub već stoji iza nekoliko značajnih lokalnih projekata, potvrđujući svoj potencijal i stručnost od samog početka.



Showroom
Kotor



Showroom
Podgorica



Showroom
Bar

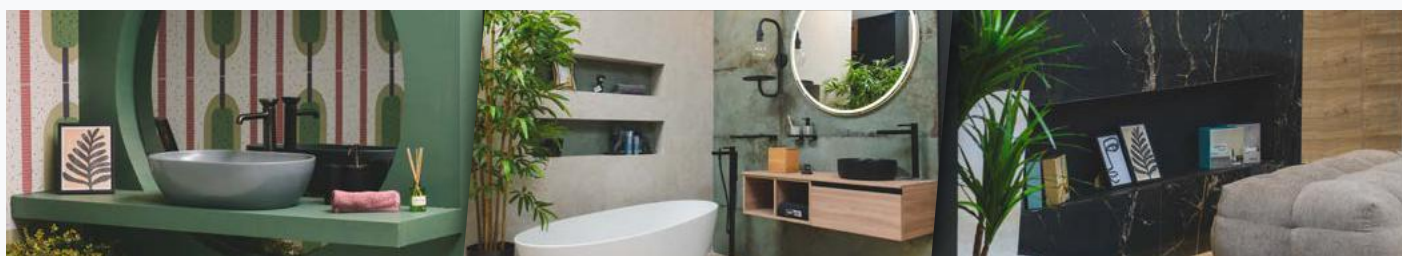
Trougao uspjeha – Podgorica, Kotor i Bar

Sjedište kompanije nalazi se u Podgorici, gdje je smješten izložbeno-prodajni salon površine 1.200 m² i KARE Shop od 740 m². U neposrednoj blizini, u naselju Barutana, nalazi se logistički centar opremljen za prijem i distribuciju robe. Na 42.600 m² otvorenog i 5.500 m² skladišnog prostora planirano je proširenje sa tri nova magacina, po 2.500 m² svaki.

ENTEXT posjeduje i showroom u Kotoru (Radanovići), površine 900 m², smješten u objektu projektovanom upravo za optimalnu

prezentaciju ENTEXT asortimana. Uskoro se očekuje i otvaranje novog salona u Baru, koji će se prostirati na gotovo 1.200 m² i donijeti prepoznatljiv ENTEXT standard i u ovaj dio crnogorskog primorja, uz neke inovativne koncepte.

Izložbeno-prodajni saloni ENTEXT-a su prostori inspiracije, osmišljeni tako da posjetiocima pruže autentično iskustvo proizvoda. Kroz pažljivo uređene ambijente i podršku stručnog tima, svaki klijent može pronaći idealno rješenje za svoj enterijer i eksterijer – bilo da dolazi s jasnom vizijom ili tek traži inspiraciju.



Reference - rezultati koji potvrđuju kvalitet

ENTEXT je učestvovao u realizaciji brojnih značajnih projekata širom Crne Gore. Među najnovijima su: Boka Place, Luštica Bay Centrale, Marina Village i Golf Villas, hoteli Teuta i Ruža Vjetrova, kao i hotelski kompleksi Ski Resort, Swissôtel Resort Kolašin i Cruiser. U portfoliju se nalaze i projekti za Klinički centar Crne Gore (Klinika za mentalno zdravlje i Klinika za dermatovenerologiju), kao i brojne stambeno-poslovne zgrade investitora poput Entext Invest, Concord Invest, Ventura Parka, C Grupe, Residenta, Admiral Holdinga, Kips Gradnje i Zetagradnje.

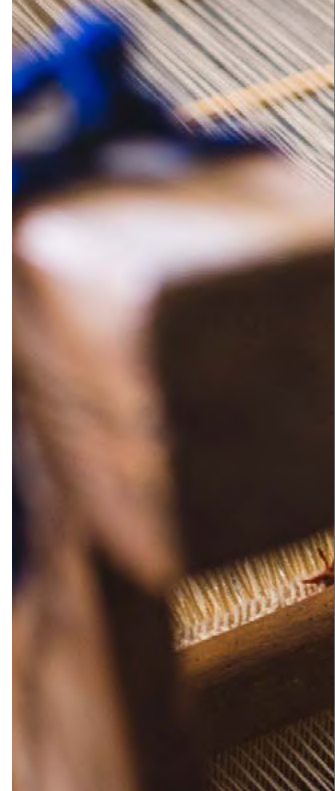
ENTEXT priča – snaga u ljudima i idejama

Iza uspjeha ENTEXT-a stoji filozofija stalnog učenja i dijeljenja znanja. Kompanija redovno organizuje studijska putovanja za zaposlene i saradnike – posjete fabrikama i showroomima partnerskih brendova – kako bi se produbilo razumijevanje proizvoda i ojačalo povjerenje sa klijentima. Od osnivanja, ENTEXT aktivno podržava zajednicu u kojoj posluje: arhitektonske manifestacije, projekte od društvenog značaja, humanitarne inicijative i donacije pojedincima i institucijama. Kroz vođenje jasnim vrijednostima, stalni rast i inovacije, ENTEXT nastavlja da oblikuje tržište dizajna enterijera i eksterijera, ostajući sinonim za kvalitet, pouzdanost i inspiraciju.

“ Uspjeh mjerim kroz dosljednost kompanijskim i ličnim vrijednostima, te kroz pozitivan uticaj koji one stvaraju u okruženju u kojem djelujemo. Vjerujem u timski rad, kvalitetne procese i u ono što se postiže kada radiš predano – uvažavajući podjednako klijente i ljude koji o tim klijentima brinu. ” **Ana Radonjić, izvršna direktorica ENTEXT kompanije**



Tekst je dio projekta „Upotpunimo mozaik: Osnajivanje kulturnog identiteta manjina“ koji sprovodi NVO UZOR u partnerstvu sa NVO ALB Progress, a finansira Ministarstvo za ljudska i manjinska prava.



BIHORSKI ČILIM - NEMATERIJALNO KULTURNO DOBRO CRNE GORE

Čilim je za svaku bihorsku familiju bio statusni simbol, nešto čime se svaka kuća u ovom kraju dičila. Bihorci baštine stoljećima čilimarstvo kao zanat, a vremenom je on postao jedna od specifičnosti ovog kraja. Tehnika izrade čilima skroro se nimalo nije promijenila vjekovima.

SIMBOL PROHUJALIH VREMENA



Tekst: **LEKA DEDIVANOVIĆ**
Foto: **MILICA NEDELJKOVIĆ**

Etnografi i etnolozi smatraju da čilimi potiču iz trećeg vijeka prije nove ere, a da su nastali oko Kaspijskog jezera i armenijskih vrleti.

Na Balkan su ga donijele Osmanlije. Velika umjetnička vrijednost čilima, višeslojno kulturološko značenje i originalnost svrstavaju ga u spomenike nematerijalne svjetske baštine. Danas se čilimi izučavaju na mnogim akademijama širom planete.

Bihorski čilim je od 2016. nematerijalno kulturno dobro Crne Gore. U Rješenju o utvrđivanju statusa nematerijalnog kulturnog dobra stoji da je "izrada Bihorskog čilima proces izrade – tkanja čilima od vunene niti, koja se priprema na

tradicionalan način pređenjem i bojenjem. Bihorski čilimi su prepoznati po koloritu, kombinaciji boja, sa floralnim i geometrijskim motivima u tradicionalnoj kompoziciji u pogledu estetike, umjetničke vrijednosti i motiva perunike, kruške, vijenca, nebrojenih geometrijskih kombinacija, cvijetnih aranžmana i lisnih loznica. Navedenim znanjima i vještinama posebno treba dodati vještinu izrade i korišćenja vertikalnog i horizontalnog razboja kojima se izrađuju tradicionalni bihorski čilimi sa dva identična lica."

PONOS BIHORSKIH FAMILIJA

Tehnika izrade čilima skroro se nimalo nije promijenila vjekovima.



BIHORSKI ČILIM JE OD 2016. NEMATERIJALNO KULTURNO DOBRO CRNE GORE

Bihorci baštine stoljećima ćilimarstvo kao zanat, a vremenom je on postao jedna od specifičnosti ovog kraja. Tkale su ga darovite žene pa je, najčešće, od jednostavnog tkačkog proizvoda postajao umjetničko djelo. Čilim je u prohujalim vremenima bio za svaku bihorsku familiju statusni simbol. Grupa entuzijastkinja odlučila je da sačuva bihorski ćilim i udahne mu novi život. Udruženje „Vrijedne ruke“ Bihor iz Petnjice osnovano je 2003. godine u cilju očuvanja tradicije i okupljanja članstva radi oživljavanja zaboravljenih zanata i radinosti. Osnovna djelatnost udruženja je prikupljanje vune od lokalnih domaćinstava na organizovan način, njena obrada i izrada gotovih proizvoda od vune, kao i suvenira. Cilj i glavni motiv udruženja je očuvanje tradicije i okupljanje preduzetnica i pojedinaca radi oživljavanja zaboravljenih zanata i radinosti. Udruženje okuplja veliki broj članica, a na njegovom čelu nalazi se Sabaheta Novalić.



MAGIJSKA SNAGA ČILIMA

Vjerovali su ljudi i u njegovu magijsku moć, pa su motivi na ćilimima trebali da kući i njenim žiteljima budu od hajra i nafake, da ih čuvaju od uroka i šejtana. U običajima vezanih za smrt ćilim se poklanjao i kao prilog za zdravlje živim ili za pomen mrtvima. Od pamtivyjeka je smatran simbolom ognjišta, porodične sloge i bogatstva, ali se čuvao i kao zaštitnik kuće i čeljadi pa se prenosio sa koljena na koljeno. Vunu nabavljenu od proizvođača sa područja Bihora vrijedne žene farbaju po želji i narudžbini kupaca. Zanimljivi su arhaični nazivi pojedinih boja, koji su se sačuvali u tradiciji: zejtoni (maslinasta), kahvali (braon), šečerli (roze), limun (žuta), mišova, sigava (siva), jorgovan (ljubičasta), turundži (narandžasta), mavi (plava), kadifli (jako crvena); golubija (svjetlo siva).

Bihorski ćilimi su prepoznati po koloritu, kombinaciji boja, sa floralnim i geometrijskim motivima u tradicionalnoj kompoziciji u pogledu estetike, umjetničke vrijednosti i motiva perunike, kruške, vijenca, nebrojenih geometrijskih kombinacija, cvjetnih aranžmana i lisnih loznica

TRADICIJA KOJA TRAJE

Ona kaže da se ćilimi i danas tkaju po posebnim pravilima starim vjekovima. Sam proces je veoma spor i potrebno je mnogo vremena da se iztka ćilim, onako kako se to radilo nekad. Žene su, sjedeći na niskim drvenim klupama, koristeći samo prste tkale na vertikalnim tkalačkim stativama. Zbog kompleksnih geometrijskih šara jednoj tkalji treba desetak dana da završi kvadrat ćilima. Danas savremeni električni razboji mnogo brže rade, ali oni nijesu atraktivni kao stari. - Tkanje ćilima je porodična tradicija kojom se bavim od svoje sedme godine. →





Zanat sam naučila od majke. Tada sam zaradila prvi novac kojeg ću se uvijek sjećati. Zaradila sam ga tako što sam tkala tkanice. Od otkuplivača smo dobijali predivo i izrađivali tkanice. Od novca zarađenog tkanjem sebi sam kupovala knjige i sveske za školu i time olakšavala svojim roditeljima da ne brinu kako će me opremiti za školu. Majka me naučila tehnici tkanja koja nije laka, prisjeća se tkalačkih početaka Novalićeva koja rado prenosi umijeće na one koji za to pokažu interesovanje.

UNAPREĐENJE ZNANJA I UMJEĆA

Izrada bihorskog ćilima u Crnoj Gori predstavlja dio nasljeđa koji je upotrebljiv



u savremenoj primijenjenoj umjetnosti, pogotovo u kontekstu obnove i čuvanja tradicionalnih zanata kao mehanizma razvoja kreativnih industrija. Bihorski ćilimi su jedan od fenomena tradicije ovih krajeva čiji resursi mogu da doprinesu



ekonomskom i turističkom razvoju lokalne zajednice. Vrijedne Petnjičanke rade motive iz prošlih vremena, ali porudžbine primaju i od ljudi koji žele modernije motive. U ponudi su ručno čvo-

Udruženje „Vrijedne ruke“ Bihor iz Petnjice osnovano je 2003. godine u cilju očuvanja tradicije i okupljanja članstva radi oživljavanja zaboravljenih zanata i radinosti



Tehnika izrade ćilima skoro se nimalo nije promijenila vjekovima. Bihorci baštine stoljećima ćilimarstvo kao zanat, a vremenom je on postao jedna od specifičnosti

rovani tepisi i ćilimi, prekrivači, jastuci, krpice, stolnjaci i heklani materijal, odjevni i predmeti za domaćinstvo. Udruženje „Vrijedne ruke“ je dobar primjer ženskog preduzetništva i angažmana žena koje na pravi način valorizuju svoje talente i vještine.

- Razmjena znanja i iskustava je veoma bitna kako bi se un-

prijedili procesi i saznalo nešto novo. Prilikom posjete žena iz Švajcarske našem Udruženju one su učile da prave ćilime i ručno čvorovane tepihe, a mi smo od njih stekle nova znanja i iskustva na predenju vune, kaže Novalić i ističe da priličan broj djevojaka na području Bihora žele da izrađuju ćilime i čuvaju tradiciju. Bihorski ćilim je pronašao nove kupce kako na domaćem tako i inostranom tržištu. Novalić smatra da je očuvanje drevne tradicije izuzetno važno i da se stvaraju uslovi za očuvanje ćilima. ●



The text is part of the project "Completing the Mosaic: Empowering the Cultural Identity of Minorities" implemented by the NGO UZOR in partnership with the NGO ALB Progress, and funded by the Ministry of Human and Minority Rights.



BIHOR KILIM – MONTENEGRIN INTANGIBLE CULTURAL PROPERTY

For every Bihor family, kilim was a status symbol, something every house in this area was proud of. The inhabitants of Bihor have cherished kilim making craft for centuries, and over time this craft has become one of the specificities of this area. Through centuries, kilim-making technique has hardly changed.

MAGICAL POWER OF KILIM

People believed in its magical power, thus the motifs on them were supposed to bring wellbeing and happiness to a home and its members, to keep them from curse and the devil. In the customs related to death, kilim would also be given as a contribution for the health of the living or to commemorate the dead. From time immemorial, it had been considered a symbol of hearth, family harmony and wealth, but also preserved as a protector of the home and the occupants, thus handed over from generation to generation.

The wool procured from the suppliers from Bihor area is dyed by diligent women according to buyers' wishes and orders. Archaic names for certain colours are particularly interesting as they have been preserved in the tradition: "zejtuni" (olive tint), "kahvali" (brown), "šečerli" (pink), "limun" (yellow), "mišova, sigava" (grey), "jor-govan" (violet), "turundži" (orange), "mavi" (blue), "kadifli" (bright red); "golubija" (light grey).

SYMBOL OF BYGONE TIMES

Written by: LEKA DEDIVANOVIĆ Photo: MILICA NEDELJKOVIĆ

Ethnographers and ethnologists consider that kilims originate from the third century A.D. and that they were created along the shores of Caspian Lake and in Armenian mountains. Ottoman Turks brought them to the Balkans. Great artistic value of the kilim, its multi-layered cultural significance and originality classify it among world intangible heritage properties. Today, kilims are studied at numerous academies all over the world. Bihor kilim has been listed as Montenegrin intangible cultural property since 2016. The Decision on determining intangible cultural property status reads that "the making of Bihor kilim, process – weaving using woollen thread, which is prepared in

a traditional way, by spinning and dyeing. Bihor kilims are recognized by their colours, colour-combination, with floral and geometric motifs in traditional composition with regards to aesthetics, artistic value and the motifs of iris, pear, wreath, countless geometric combinations, floral arrangements and vine leaves. The knowledge and skills stated above should be supplemented especially with the skill of manufacturing and using vertical and horizontal loom used for the making of traditional Bihor kilims with two identical sides."

BIHOR FAMILIES' PRIDE

Kilim making technique has hardly changed for centuries. The inhabitants of Bihor have →



Bihor kilims are recognized by their colours, colour-combination, with floral and geometric motifs in traditional composition with regards to aesthetics, artistic value and the motifs of iris, pear, wreath, countless geometric combinations, floral arrangements and vine leaves

cherished kilim-making as a craft for centuries, and over time it has become one of the specificities of this area. It was woven by gifted women thus, most often a simple weaving product would become a work of art. In bygone times, for every Bihor family kilim was a status symbol.

A group of female enthusiasts from this area decided to preserve Bihor kilim and to breathe new life into it. "Skilful hands", an association of Bihor – Petnjica, was established in 2003 with the objective of preserving tradition and gathering membership for the revival of forgotten trades and crafts. Basic activity of the Association is collecting wool from local households in an organized way, its processing and manufacturing of finished wool products, as souvenirs. The objective and the main motif of the Association is preservation of tradition and gathering female entrepreneurs and individuals with the aim of reviving the forgotten trades and crafts. The Association gathers a large number of female members, and it is headed by Sabaheta Novalić.

TRADITION THAT LASTS

Tradition has it that kilims are still woven according to special centuries-old rules. The process itself is very slow and it takes a lot of time for a kilim to be woven the way it used to be done. Women, sitting on low wooden benches, using only their fingers, would weave at the vertical looms.

Because of complex geometric patterns, one weaver takes about ten days to make one-square-metre-kilim. Today, modern electric looms work a lot faster, but they are not as attractive as the old ones.

- Kilim weaving is a family tradition I have been practicing since the age of seven. I learnt the craft from my mother. I earned my first money then and I will always remember it. I earned it by weaving webbings. Buyers would bring us yarn to make webbings. With the money I earned I would buy school books, thus making it easier for my parents to send me properly equipped to school. My mother taught me the weaving technique, which is not easy, remembers Sabaheta her weaving beginnings, who gladly transmits her skill to those who show interest in it.

IMPROVING KNOWLEDGE AND SKILL

Bihor kilim making is a part of Montenegrin heritage which is applicable in modern applied art, especially in the context of renewal and preservation of traditional crafts as a mechanism of developing creative industries. Bihor kilims are one of the phenomena of the tradition of this area, the resources of which can contribute to the economic and tourism development of the local community.

Diligent women of Petnjica make the motifs of the bygone times, but they also take the orders from

the people who would like to have modern motifs. They offer hand-knotted carpets and kilims, bedspreads, pillows, patchwork, tablecloths and crocheted fabrics, clothing and household items. The association "Skilful hands" is a good example of female entrepreneurship and engagement of women who capitalize on their talents and skills in a proper way.

- Exchange of knowledge and experiences is very important in order for the processes to be improved and for new things to be learned. On the occasion of the visit paid to our association by some women from Switzerland we taught them to make kilims and hand-knotted carpets, and we, on the other hand, acquired new knowledge and experiences related to wool spinning, says Novalić and stresses that considerable number of girls in Bihor area are willing to make kilims and to preserve the tradition. Bihor kilim has found new buyers both on the national and international markets. Novalić deems that the preservation of the ancient tradition is extremely important, thus creating conditions for the preservation of kilim. ●

NAJBOLJA SVJETSKA ODIJELA
PO NAJPOVOLJNIJIM CIJENAMA

VERO MODA

ALEXANDER
MCQUEEN

GIORGIO ARMANI VALENTINO



PIRELLI
ROMA

Corneliani



CARLO PIGNATELLI

Biondi

KITON CANALI GEFERRÉ

HILTON CERRUTI 1881

4 JUL BR. 63. PODGORICA
+382 68 001 006 / +382 68 021 407



UPOTPUNIMO MOZAIK

Tekst je dio projekta „Upotpunimo mozaik: Osnaživanje kulturnog identiteta manjina“ koji sprovodi NVO UZOR u partnerstvu sa NVO ALB Progress, a finansira Ministarstvo za ljudska i manjinska prava.



Baba i unuka
Tolja i Amanda Berišaj,
povezuju porodičnu
tradiciju i moderan
modni dizajn

TRADICIJA STARA ČETIRI MILENIJUMA NASTAVLJA DA ŽIVI

UNESCO je 2022. godine zaštitio džubljetu, kao kulturnu, nematerijalnu vrijednost svjetskog naslijeđa. Ova nošnja, stara četiri hiljade godina, nekada se koristila u svakodnevnom životu, a danas je dio društvenih, kulturnih i etnoloških aktivnosti u Malesiji. Džubljeta predstavlja najstariju nošnju na ovim prostorima, ali ujedno i tipologiju najstarije odjeće na svijetu.

Albanska džubljeta predstavlja najstariju nošnju na ovim prostorima, ali ujedno i tipologiju najstarije odjeće na svijetu. Procjenjuje se da je ovaj komad ručno rađene nošnje žena sjevernoalbanskih plemena, kojima pripadaju i plemena Malesije u Crnoj Gori, star 4.000 godina. UNESCO je 2022. godine zaštitio kao nematerijalnu kulturnu vrijednost svjetskog naslijeđa. Do 17. vijeka izrađivana je u više boja, a danas postoje dvije verzije: crna za žene i bijela za đevojke.

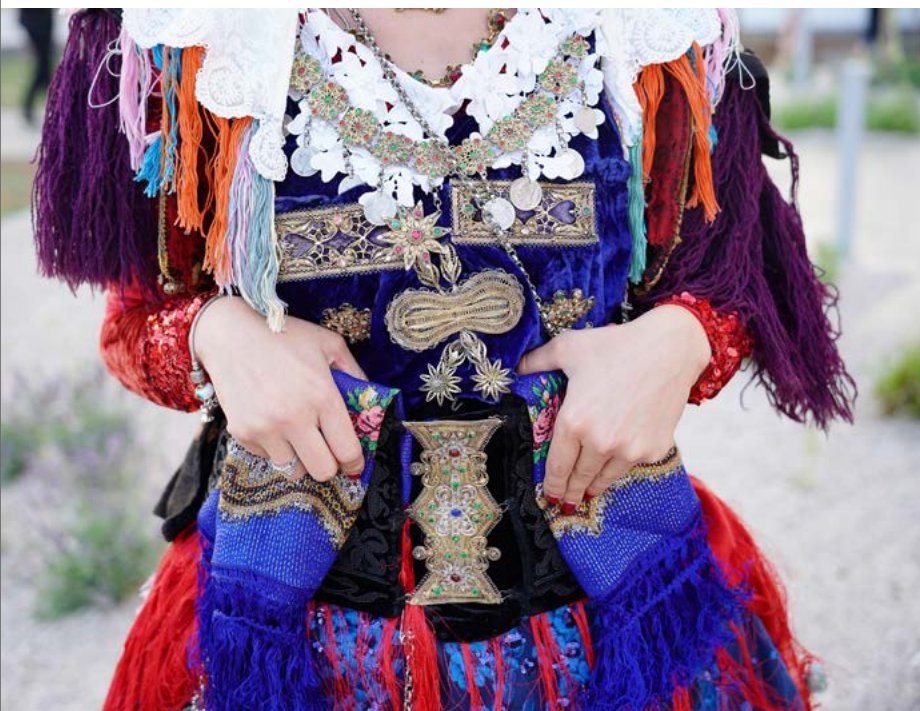
Vješte ruke **Tolja Berišaj**, koja stojički nosi cijeli jedan vijek na plećima, donekadavno su šile džubljetu. Iako više nije kadra da šije, bistrog je uma i britkog jezika. Kad progovori u očima stare Malesorke zaiskri žar, i očas posla se vratite u davno prohujala vremena. Prisjeća se da joj je prvu džubljetu izradila majka i da je bila presrećna kada je obukla.

- Jednom se desilo da sam morala da je operem, a ona se rašila. Morala sam da je popravim, pa sam se prisjećala kako je to moja majka radila. Jednom je došla žena iz našeg sela da me zamoli da joj napravim džubljetu. Mislila sam da sam zaboravila kako se prave, ali je ispala dobro. Imala sam tada skoro 70 godina, kaže Berišaj.

Ja sam napravila preko 200 komada ženske narodne nošnje. Željela sam da ih ljudi vide, da im se dopadnu, da im uđu u srce

Tekst Foto
LEKA DEDIVANOVIĆ BERT BERIŠAJ / ALBANA
DEDVUKAJ / PRIVATNA ARHIVA





MI SMO SVI KĆERI I SINOVI DŽUBLJETE

Priprema jedne ženske nošnje može da potraje i do tri mjeseca jer pored džubljetë treba izraditi pojas i čarape... Najviše vremena treba za pojas jer ima dosta veza, perlica, dodataka...

- Materijal za nošnju je teško pronaći, posebno "tirk" koju moram da dobavljam iz Albanije. Ja sam napravila preko 200 komada ženske narodne nošnje. Željela sam da ih ljudi vide, da im se dopadnu, da im uđu u srce, kazuje Berišaj koja je zbog doprinosa očuvanju kulturnog blaga i njegovanju tradicije kroz izradu narodne nošnje dobila titulu počasne građanke Tuzi.

- Mi smo svi kćeri i sinovi džubljetë, kaže Tolja i ističe da je srećna jer je dočekala "pobjedu džubljetë", odnosno njen upis u UNESCO-vu listu kulturne baštine.

- Prije je svaka žena nosila džubljetu, ali se sada žene oblače po novim običajima, kaže Tolja i ističe da je srećna što je ostavila zanat unuci **Amandi**, koja će nastaviti višemilenijumsku tradiciju.

Amanda Berišaj, mlada dizajnerka svojim radom spaja tradiciju i moderni dizajn, stvarajući odjeću koja priča priče. Moda za nju nije samo odjeća, već emotivni izraz. Inspiraciju pronalazi u bogatom porodičnom nasljeđu i onome što je baba



Specifičan cilj projekta je doprinos očuvanju paštrovskih tradicionalnih igara/plesova, pratećih tradicionalnih pjesmama i nošnjama – a sve to na osnovu terenskih istraživanja, analize literature i drugih dostupnih izvora

Tolja naučila. Upravo ta veza s tradicijom oblikovala je Amandin kreativni identitet i motivisala je na stvaranje kolekcije Across Generations, s kojom je debitovala na Montenegro Fashion Week-u.

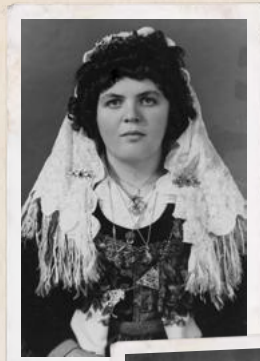
Amanda studira postdiplomske studije na Tekstilno-tehnološkom fakultetu u Zagrebu, koji je oblikovao njen profesionalni i konceptualni pristup. Njena vizija mode kao most između umjetnosti, tradicije i savremenosti čini svaki komad garderobe posebnom pričom.

SPOJ NASLJEĐA I SAVREMENE ESTETIKE

- Moj ulazak u svijet mode počeo je u djetinjstvu jer sam od malih nogu pokazivala ljubav prema crtanju i estetici. Najveću inspiraciju dobila sam od babe Tolje koja desinjama izrađuje albansku tradicionalnu nošnju i čuva je od zaborava. Ona mi je pokazala koliko je važno prenositi tradiciju na nove generacije i upravo to me oblikovalo kao dizajnerku. U radovima koje sam izlagala prikazujem spoj tradicionalne albanske nošnje i savremenih krojeva, kaže Amanda i dodaje da osim emocije, važnu ulogu igra i forma te da često polazi od tradicionalnih krojeva i silueta koje zatim reinterpretira u savremenom kontekstu. →



AMANDA INSPIRACIJU PRONALAZI U BOGATOM PORODIČNOM NASLJEĐU I ONOME ŠTO JE BABA TOLJA NAUČILA. UPRAVO TA VEZA S TRADICIJOM OBLIKOVALA JE AMANDIN KREATIVNI IDENTITET I MOTIVISALA JE NA STVARANJE KOLEKCIJE ACROSS GENERATIONS, S KOJOM JE DEBITOVALA NA MONTENEGRO FASHION WEEK-U.



- Materijal mi je također ključan jer diktira kako će ideja izgledati kada oživi na tijelu. Posebno me inspiriše kombinacija grubih, tradicionalnih materijala s finijim i modernijim teksturama, kaže Amanda koja gradi brend „Brez“, spajajući ručni rad s modernim estetikama.

Nada se da će njen brend biti prepoznatljiv na regionalnoj, ali i međunarodnoj modnoj sceni i da će na pistama u Parizu i Milanu predstavljati kolekcije koje spajaju tradiciju Balkana s modernim globalnim trendovima.

- Željela bih da imam atelje u kojem bi se razvijale ideje i kolekcije koje nose jasnu poruku i identitet. Pored toga vidim potencijal u saradnji s muzejima i kulturnim institucijama, jer vjerujem da moda može biti most između umjetnosti i svakodnevnog života. Moj san je da „Brez“ bude sinonim za tradiciju u modernom ruhu i da se ljudi kroz moje kreacije povezuju s nasljeđem. Za mene moda nije samo posao, već životni poziv, kaže na kraju razgovora Amanda. ■

NAJREPRESENTATIVNIJI DIO MALISORSKE NOŠNJE

„Džubljeta je najrepresentativniji dio malisorske nošnje. Specifičnog je zvonolikog izgleda težine oko 15 kg. Izrađuje se od crnog četvoronitnog tkanog sukna zvanog žgun. Sastoji se od kružne suknje i plastrona koji je pravougaonog oblika, sa ovalno izrezanom gornjom ivicom ukrašen širitom, vezom od raznobojnih perlica u vidu stilizovanih cvjetova. Suknja je na prednjoj strani nešto kraća, ravna i bez ukrasa, a bočno i pozadi se zvonasto širi. Suknja je pri dnu opšivena bijelom suknenom trakom koja pravi kontrast i ističe zvonoliku formu. Postoje i džubljete izrađene sa dugim rukavima. Sa prednje strane, preko džubljete se nosi kecelja, odnosno bofča, izrađena od crvenog vunenog ili pamučnog materijala dužine do ispod koljena. Preko bofče se stavlja još jedna nešto kraća plišana kecelja ili pregača, pshtjelak koja je ukrašena perlicama u raznim bojama i sitnim geometrijskim ornamentima. Postava je široki crni sukneni pojas, veoma bogato ukrašen crnim plišanim trakama, komadićima kože ili čohu i vezom od raznobojnih niti. Na nogama se nose dokoljenice izrađene od vune u kombinaciji sa suknom, somotom ili plišem u crnoj boji. Donji dio čarapa je od vune, dok je gornji od sukna, somota ili pliša. Preko čarapa nošeni su široki opanci.“



PRIREDIO ELDAR LAKOTA (IZ KATALOGA „SINERGIJA RAZLIČITOSTI“ – NARodne NOŠNJE MANJINSKIH NARODA CRNA GORE, IZLOŽBA 07.05.2021. GODINE, „BILJARDA“ CETINJE)



Tolja Beriŝaj and Nik Đeljoŝaj

Granny and granddaughter Tolja and Amanda Beriŝaj, combine family tradition and modern fashion design

FOUR-MILLENNIA-OLD TRADITION LIVES ON

In 2022, the UNESCO protected xhubleta as a part of the world intangible cultural heritage. This four-thousand-years-old folk costume had once been used in everyday life, while today it is a part of the social, cultural and ethnological activities in Malësia. Xhubleta is the oldest folk costume in this region, but at the same time it is a typology of the world's oldest clothing.

Written by: **LEKA DEDIVANOVIĆ** Photo: **BERT BERIŠAJ / ALBANA DEDVUKAJ / PRIVATE ARCHIVE**

Albanian xhubleta is the oldest folk costume in this region, but at the same time it is a typology of the world's oldest clothing. It is estimated that this piece of women's handmade costume, typical of the North-Albanian tribes which Montenegrin Malësia tribes belong to, is 4.000 years old. In 2022, the UNESCO protected it as a part of the world intangible cultural heritage. Until 17th century, it had been made in several colours, while today there are two versions: black for women and white for girls.

Skilful hands of Tolja Beriŝaj, who has stoically been carrying entire century on her shoulders, have until recently sewn xhubleta. Although she is not capable of sewing anymore, her mind is astute and her language is sharp. When speaking, embers light up in the eyes of this old Malësia woman, and she swiftly takes you to the bygone times. She remembers her mother making her the first xhubleta and how happy she was when she had put it on.

- I needed to wash it on one occasion and it came undone. I had to mend it, and I tried to remember how my mother had done it. One day a woman from our village came to ask me to make her a xhubleta. I thought I had forgotten how to make it, but it turned out well. I was almost 70 at the time, says Beriŝaj.

WE ARE ALL DAUGHTERS AN SONS OF XHUBLETA

The preparation of a female folk costume can last up to three months since besides the xhubleta, one needs to make a sash and socks... Sash takes most of the time since there is lot of embroidering involved, beads, accessories... →





- It is hard to find the material for the costume, especially "tirka" which I have to get from Albania. I made more than 200 pieces of women's folk costumes. I wanted for people to see them, to like them, to take them to their heart, says Berišaj who was awarded honorary citizen of Tuzi because of her contribution to the preservation of cultural heritage and tradition through the art of making folk costumes.
- We are all daughters and sons of xhubleta, says Tolja and stresses that she is happy because she has lived to see "xhubleta's victory", i.e. its inscription on the UNESCO World Cultural heritage List.
- Formerly, every woman used to wear her xhubleta, but women nowadays dress according to new customs, says Tolja and stresses that she is happy for handing the craft over to her granddaughter Amanda, who is going to continue this millennia-long tradition.

Amanda Berišaj, a young designer who combines tradition and modern design by creating garments which tell the stories. For her, fashion is not just clothing, but an emotional expression. She finds her inspiration in the rich family heritage and in what her granny Tolja taught her. It is this link with tradition that has shaped Amanda's creative identity and motivated her to start making her "Across Generations" collection, which she made her debut at the Montenegro Fashion Week with.

Amanda attends post-graduate studies at the University of Zagreb Faculty of Textile Technology, which has shaped her professional and conceptual approach. Her vision of fashion as a bridge between art, tradition and modernism makes her every piece a story in itself.

THE MOST REPRESENTATIVE PART OF MALËSIA FOLK COSTUME

"Xhubleta" is the most representative part of Malësia folk costume. It is of specific bell-like appearance, weighing about 15 kg. It is made of black four-thread weaved cloth called "žgun". It consists of the round skirt and rectangular plastron, with oval chevron decorated upper edge, embroidery with multi-colour beads in the form of stylized flowers. The front side of the skirt is somewhat shorter, flat and has no decorations, while at the sides and at the back it has accentuated bell shape. Around the bottom part, the skirt is hemmed with white felt band which makes a contrast and accentuates bell-shaped form. There are also long-sleeved xhubletas. In front, apron is worn over xhubleta, i.e. "bofča" made of red wool or cotton, reaching below the knees. Over the "bofča" comes another somewhat shorter apron "pshtjolak" which is adorned with multi-colour beads and tiny geometric ornaments. "Postav" is a broad black felted belt, very richly decorated in black plush strips, leather pieces or beize and embroidery made of multi-colour threads. On their feet, they wear knee-high socks made of wool in combination with felt, corduroy or plush in black colour. Lower part of the socks is made of wool, while the upper part is made of felt, corduroy or plush. Over the socks, they wore broad leather "opanci".



COMBINATION OF HERITAGE AND MODERN AESTHETICS

- My joining the world of fashion started during my childhood since in my early age I showed my interest in drawing and aesthetics. My greatest inspiration has been my granny Tolja who has been making Albanian traditional costumes for decades, keeping it from oblivion. She showed me how important it is to transmit tradition to the new generations and this is what has shaped me as a



designer. In the works I exhibited, I show the combination of traditional Albanian folk costume and contemporary patterns, says Amanda adding that besides emotion form plays an important part, thus she often starts from traditional patterns and silhouettes which are then reinterpreted in a contemporary context.

- Material is also crucial, since it dictates what the idea will look like once enlivened on someone's body. I am particularly inspired by the combination of coarse, traditional materials with finer and modern textures, says Amanda who is developing her "Brez" brand, combining handicraft with modern aesthetics.

She hopes that her brand will be recognizable on the regional, but also international fashion scene and that on the catwalks of Paris and Milan collections would be presented which combine Balkan tradition with modern global trends.

- I would like to have my own atelier where ideas and collections would be developed having a clear message and identity. On top of that, I can see a potential in the cooperation with museums and cultural institutions, since I do believe that fashion can be a bridge between art and everyday life. It is my dream for "Brez" to become a synonym for tradition in modern style and for people to get connected with heritage through my creations. Fashion for me is not just a job, but my life's calling, says Amanda at the end of the interview. ■

EDITED BY ELDAR LAKOTA (FROM THE BROCHURE "SYNERGY OF DIVERSITY" – FOLK COSTUMES OF THE MINORITY NATIONS OF MONTENEGRO, EXHIBITION - 7TH MAY 2021, "BIJJARDA" CETINJE)



MONTE ELITE

TRANSFERS

AIRPORT TRANSFERS • CUSTOM ITINERARY • BUSINESS TRANSFERS
DAILY RENT WITH PROFFESIONAL CHAUFFER

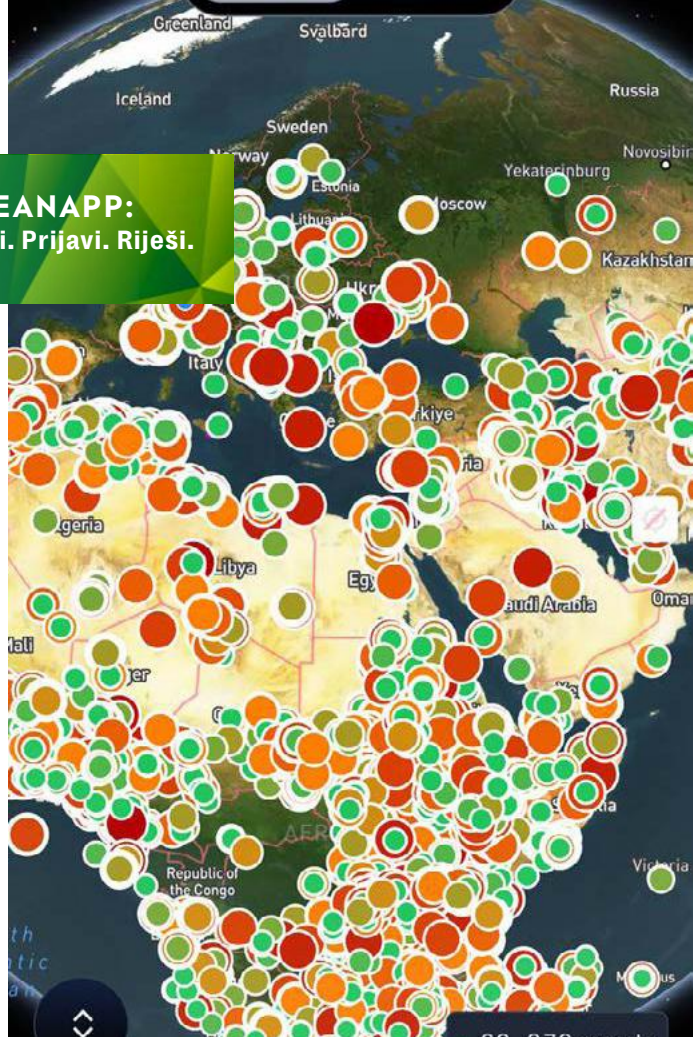
Discover Montenegro with us

BOOK YOUR LUXURY TRANSFER TODAY

Phone: **+382 69 874 744** Email: **montelitetransfers@gmail.com**

Instagram: **montelite_transfers**

CLEANAPP:
Uoči. Prijavi. Riješi.



JEDAN KLIK POKREĆE PROMJENU

CleanApp nije počeo kao poslovna ponuda — počeo je od problema za koji niko nije želio preuzeti odgovornost. Zagađena obala rijeke, opasna pukotina na zgradi, toksično curenje na parkingu, greška u aplikaciji koja utiče na milione. Vrsta problema koje svi vide, ali svi pretpostavljaju da pripadaju nekome drugom. U nastavku donosimo inspirativan intervju sa tvorcima Clean App-a, Borisom Mamlyuk i Anujom Das Gupta.

Tekst MAJA NIKOLIĆ
Foto PRIVATNA ARHIVA



Anuj Das Gupta

Boris Mamlyuk, Boris Mamlyuk, nekadašnji profesor prava u Memfisu, sjeća se kako je stajao ispred ilegalne deponije iz koje su hemikalije curele pravo u rijeku Misisipi, dok su zvaničnici raspravljali oko nadležnosti. U međuvremenu, Anuj Das Gupta, tehnolog sa pozadinom u budističkoj disciplini i visokom inženjerskom stručnosti, razumio je kako sistemi mogu pretvoriti pojedinačne trenutke u kolektivnu svijest.

Zajedno su izgradili CleanApp: alat na jedno dugme koji pretvara svakodnevna zapažanja u akciju. Fotografija. Slanje. Sistem je analizira, mapira, obavještava odgovorne strane i nagrađuje one koji pomognu da se problem riješi. Bez formulara, bez birokratije, bez beskrajnog „neko bi trebalo nešto da uradi”.

CleanApp nije samo aplikacija o smeću ili kvarovima. To je mreža povratnih informacija — pomak od tihe frustracije ka zajedničkoj odgovornosti. Način da se dokaže da jedna mala radnja, kada se umnoži, postaje infrastruktura.

C.M: Možete li nam reći kako je nastala ideja za CleanApp? Šta vas je motivisalo da pokrenete ovaj konkretni projekat?

BM: Bio sam profesor prava na Univerzitetu u Memfisu, na Pravnom fakultetu, radeći u prelijepoj istorijskoj zgradi odmah na obali veličanstvene rijeke Misisipi. Tokom jedne od mojih šetnji za vrijeme ručka, naišao sam na ogromnu ilegalnu deponiju, zahrđale bačve iz kojih je curio zeleni otpad pravo u rijeku. Klasična toksična deponija. Pozvao sam grad i iznio to pitanje mojim kolegama sa pravnog fakulteta koji su uključivali i gradske zvaničnike, uključujući gradonačelnika. Niko nije mogao riješiti problem pravnim putem. „To je u nadležnosti savezne vlade!” „Trebalo da popravi željeznica.” „Ne, ovo nije naš problem.”

Tada sam shvatio da je potrebno jedno jedinstveno sredstvo za mapiranje ovakvih problema i stavljanje javnog reflektora na njih dok ne budu riješeni.

CM: U kojoj mjeri je vaše iskustvo ili lična priča uticala na odluku da se fokusirate na ekološka pitanja i tehnologiju?

BM: Došao sam u SAD kao devetogodišnji izbjeglica 1992. godi-

ne. Moja majka je bila doktorica u SSSR-u, a zatim je morala čistiti kuće bogatih ljudi samo da bi stavila hranu na sto. Kao djeca, moja sestra i ja smo čistili uz nju. Takvo iskustvo stvarno testira živce. Rane CleanApp ideje rođene su tu: izgraditi pametne robote za čišćenje kako bih se mogao vratiti u školu i igrati se sa svojim prijateljima, a moja majka ne bi morala ribati tuđe toalete.

CM: Kako biste opisali misiju CleanApp-a u jednoj rečenici?

ADG: Smeće je novac.

BM: Učiniti svijet čistijim i sigurnijim, jedan CleanApp izvještaj u isto vrijeme.

Vidite nešto? CleanApp.

CM: Kako aplikacija funkcionise – koje podatke prikuplja i kako korisnici mogu da ih vide?

ADG: Korisnici šalju izvještaje tako što naprave fotografiju u aplikaciji. Aplikacija ne prikuplja nikakve lične informacije, AI tehnologija uklanja lica, registarske tablice i druge lične identifikatore. Samo lokacija gdje je fotografija nastala je pridružena izvještaju. Aplikacija nagrađuje one koji prijavljuju incidente i one koji reaguju na njih, tako što provjere da li je izvještaj tačan sa fotografijom iste lokacije, ili tako što zapravo riješe problem i zatim to dokumentuju fotografijom. Fotografije su dokazi – jer slika govori više od hiljadu riječi.

CM: Koje tehnologije stoje iza aplikacije (npr. senzori, IoT, crowdsourcing, GIS), i koji su najveći tehnički izazovi?

ADG: Prikupljamo izvještaje putem crowdsourcinga uz dinamičku blockchain nagradu, naš blockchain token zove se KITN. Korisnici dobijaju 1 KITN za svaki izvještaj koji pošalju. 2x KITN ako vaš izvještaj potvrđuje nečiji drugi. Plus veoma velikodušni bonusi za preporuke. Koristimo napredne open-source GIS alate za prikaz ovih izvještaja na javnoj mapi u realnom vremenu. Veliki tehnički izazov je prikazati sve ove izvještaje brzo, jer je to mnogo podataka koji se stalno ažuriraju. Svaki izvještaj se automatski analizira pomoću naših fino podešenih OpenAI i Gemini modela. AI analiza je izuzetno snažna i munjevit brza: od izvještaja do analize treba manje od 20 sekundi! S obzirom na tempo napretka AI-ja, najluđa stvar je da je ovo najgore što će naša tehnologija ikada biti. Sljedeća generacija modela biće 10 puta moćnija. To znači



Oснаžujemo pojedince da prijave svaki incident tako što ih nagradujemo blockchain tokenima koji se mogu zamijeniti za novac

da će CleanApp iskustvo korisnika djelovati sve više „magično“. Sa nosivim uređajima poput pametnih satova ili pametnih naočara, uskoro ćete moći da samo kliknete prstima ili namignete i CleanApp izvještaj će biti poslat.

CM: Aplikacija uključuje „Brand Dashboard“ – možete li objasniti šta to znači i ko su potencijalni korisnici tog segmenta?



Boris Mamlyuk

BM: Brand Dashboard se automatski kreiraju kada postoji više izvještaja o određenoj lokaciji, aplikaciji, proizvodu ili mjestu. Na primjer, globalni brend Hilton ima dashboard koji se sastoji od stotina drugih dashboarda za svaki Hilton hotel na svijetu. Korisnici pošalju fotografiju o nedostatku ili ostave pozitivnu povratnu informaciju o Hilton Dubai. Koga ovo zanima, i kada? Ne samo lokalni Hilton menadžment. Korporativna kancelarija želi to znati odmah. Komšijski hoteli takođe žele znati, ako je na primjer u pitanju ozbiljan strukturalni problem. Naši dashboardi daju firmama ovu vidljivost, omogućavajući im da značajno smanje troškove održavanja i pravne rizike – povećavajući profit i zadovoljstvo klijenata.

I nije samo o fizičkim prostorima. Dashboardi se kreiraju i za aplikacije.

Na primjer, naši korisnici su identifikovali fatalni bug u Google Ads platformi koji je postojao više od četiri mjeseca. Mi dokumentujemo i ponovo podižemo hitnost problema svaki put kada pristigne novi izvještaj.

CM: Ko je vaša primarna ciljana grupa – pojedinci, organizacije, kompanije ili institucije?

ADG: Pojedinci koji prijavljuju i reaguju na incidente. Institucije poput vlasnika objekata (npr. hoteli, aerodromi), brend operatora (npr. Coca-Cola korporacija), tehnoloških kompanija (npr. Google, Facebook), opština (npr. službe za upravljanje otpadom) koje bi dobijale izvještaje sa analitikom kako bi održale kvalitet.

CM: U kojoj mjeri ste već prisutni na međunarodnom tržištu i šta planirate u Crnoj Gori i regionu?

BM: Naša aplikacija je aktivna globalno. Imamo poseban odnos sa Crnom Gorom zbog njenog statusa ekološke države. Crna Gora je zaista jedno od najljepših mjesta na Zemlji. Bili smo učesnici ranih blockchain hackathona u Crnoj Gori i duboko vjerujemo da Crna Gora može poslužiti kao primjer novog tipa partnerstva između javnog sektora, privatnog sektora i građana. Poštovanje prirode u Crnoj Gori vidljivo je u snažnom civilnom društvu, uz organizacije poput Udruženja za odgovorni i održivi razvoj (UZOR). Iskreno nam je čast raditi rame uz rame i pokazati globalni efekat – lokalni i globalni istovremeno.

CM: Koje su najveće prepreke za korisnike pri usvajanju ovakve aplikacije i kako ih prevazilazite?

ADG: Kao i kod svake društvene mreže, najveći izazov je osjećaj da to radite sami. Mnogo vremena uložili smo u to da aplikacija prikazuje izvještaje u vašoj blizini, kako biste vidjeli da i drugi ljudi brinu. Osjećaj je veoma dobar →

CLEANAPP: Uoči. Prijavi. Riješi.

kada otvorite mapu i vidite i druge aktivne u vašoj okolini. Najezite se, poželite da pozovete prijatelje da se uključe. To je glavni izazov i prilika na kojoj trenutno radimo.

CM: Na koje načine CleanApp doprinosi poboljšanju životne sredine — imate li konkretne primjere?

ADG: Postoji ogromna poslovna zgrada od sedam spratova, izgrađena za najveću švajcarsku osiguravajuću kompaniju. Ljudi često misle da je švajcarska gradnja savršena. Jedan CleanApp izvještaj otkrio je veliku pukotinu u zidu koja se ispostavila kao ozbiljan strukturalni problem. Sada se popravlja. Jedan klik i potencijalna katastrofa je izbjegnuta. Drugi primjer je Los Angeles, gdje ljudi često bacaju motorno ulje, akumulatore i druge toksične materijale na parkinge ispred Walmarta. Kada pristižu prijave, automatski se prosljeđuju Walmartu i problem se rješava. Svi dobijaju.

CM: Kako mjerite uspjeh aplikacije — brojem preuzimanja, brojem prijava, smanjenjem zagađenja ili nečim drugim?

BM: Iako svi ti brojevi nose značenje, prava mjera uspjeha je odnos prijave koje su na kraju zaista riješene. U aplikaciji korisnici mogu vidjeti koje prijave su još uvijek neriješene, a drugi korisnici mogu podržati te prijave tako što će napraviti novu fotografiju istog incidenta. Institucije i kompanije zatim mogu koristiti ove podatke da bi odredile prioritet u reagovanju. Dakle, zatvaranje povratne petlje je suština. Što je više zatvorenih petlji u odnosu na otvorene, veći je uspjeh.

CM: Sa kojim organizacijama, gradovima ili kompanijama već saradujete i koje benefite ste postigli?

ADG: Najskorije smo saradivali sa Ethereum World's Fair u Buenos Airesu, Argentina. Tokom proteklog mjeseca aktiviramo zajednicu Edge City u Patagoniji, što će kulminirati u Devcon(nect), godišnjoj Ethereum developerskoj konferenciji koja okuplja desetine hiljada programera i članova zajednice. Ovakvi veliki događaji (konferencije, Svjetsko

prvenstvo, Olimpijske igre) idealni su za CleanApp jer pokazuju vrijednost jedne jedinstvene platforme za povratne informacije... umjesto jedne aplikacije za Pariz, druge za restorane, treće za neku drugu digitalnu platformu, itd. Naša tajna je jednostavnost: jedan klik i gotovo. Mi potom činimo sve da vaše povratne informacije stignu do onih koji mogu nešto da urade.

Imamo poseban odnos sa Crnom Gorom zbog njenog statusa ekološke države. Crna Gora je zaista jedno od najljepših mjesta na Zemlji.

CM: Koliko je važna uključenost zajednice i korisnika — kako ih motivišete da prijavljuju i učestvuju?

BM: Osnažujemo pojedince da prijave svaki incident tako što ih nagradujemo blockchain tokenima koji se mogu zamijeniti za novac. Suštinski, stvaramo kružnu ekonomiju u kojoj što više pomažete životnoj sredini, više ste nagrađeni, a institucije i kompanije imaju bolju reputaciju jer smanjuju otpad.

Pokrećemo CleanApp ambadorski program širom svijeta: studenti, mladi ljudi, profesionalci koji žele da pričaju o ekologiji vikendima. Oni će podsticati svoju zajednicu da CleanApp koriste u svakodnevici. Kad god želite ostaviti komentar, recenziju ili povratnu informaciju — najlakše je napraviti jednu fotografiju u CleanApp-u. Pokretače se i gradske i brendirane kampanje širom svijeta. Primjer: određeni kvart u Podgorici gdje tokom jednog vikenda pozivamo sve da izađu i počnu prijavljivati. Drugi primjer: globalna akcija oko određenog brenda, recimo Coca-Cola, gdje bi ljudi slali fotografije svakog pronađenog otpada sa Coca-Cola ambalažom — i sve te fotografije šalju se kompaniji, koja potom nagraduje učesnike našim tokenima.

CM: Koji su vaši planovi za naredni period? Kako vidite ulogu tehnologije (AI, big data, senzorskih mreža) u unapređenju ekološkog nadzora u narednih pet godina?

ADG: CleanApp se nalazi na spoju AI-ja koji analizira svaki izvještaj da bi ga opisao i kategorizovao, kriptički koji nagraduje korisnike, big data mapiranja svijeta i online prostora za sve vrste incidenata, robota koji fizički čiste prostor, i senzorskih mreža koje automatski prijavljuju nepravilnosti na dashboard odgovorne institucije.

CM: Koji je bio najizazovniji trenutak tokom razvoja projekta, i šta ste iz njega naučili?

BM: Pošto izvještaji mogu biti o bilo kojoj vrsti incidenta, nije postojao način da se automatski utvrdi ko je odgovoran i ko treba da reaguje. Tek u posljednjih godinu dana AI nam je omogućio dinamičko podudaranje odgovornosti. To znači da sada AI automatski određuje da li je odgovoran grad, vlasnik prostora, autor aplikacije ili neko drugi, pa čak pronalazi njihove kontakt podatke. AI sada djeluje kao trijažni sistem, koji postaje sve bolji kako se CleanApp više koristi.

CM: Šta biste poručili korisnicima u Crnoj Gori koji razmišljaju da se uključe — kako da počnu i zašto je to važno?

BM: Trash is Cash (Smeće je novac). Kao rani korisnici, građani Crne Gore direktno će imati koristi od vrijednosnih petlji koje gradimo. Sjetite se Hilton dashboarda i ogromnog bagna na Google Ads? Mi odmah prosljeđujemo te izvještaje Hiltonu, Google-u i drugima. Ali ako žele vidjeti sve izvještaje u potpunosti, moraju platiti pristup. Naš cilj je da najmanje 50% tog prihoda koristimo za kupovinu vaših tokena, stvarajući prirodnu potražnju za njima. Dakle, što su vaše prijave vrijednije, to su i vaše nagrade veće. Što više ljudi pozovete da se uključe, više tokena dobijate. To je višeslojni marketing, zelena piramida — ali za potpuno plemenitu svrhu. Nemate šta da izgubite, a možete mnogo dobiti tako što ćete CleanApp probati danas. ●

CLEANAPP:
Uoči. Prijavi. Riješi.



ONE CLICK SPARKS CHANGE

CleanApp didn't begin as a business pitch — it began with a problem no one wanted to take responsibility for. A polluted riverbank, a hazardous crack in a building, a toxic leak in a parking lot, an app glitch affecting millions. The kinds of issues everyone sees, but everyone assumes belong to somebody else. Below, we bring you an inspiring interview with the creators of the Clean App, Boris Mamlyuk and Anuj Das Gupta.

Text MAJA NIKOLIĆ
Photo PRIVATE ARCHIVE, FREEPIK

Boris Mamlyuk, formerly a law professor in Memphis, remembers standing in front of an illegal dumpsite oozing chemicals into the Mississippi River while officials debated jurisdiction. Meanwhile, Anuj Das Gupta, a technologist with a background in both Buddhist discipline and high-level engineering, understood how systems could turn individual moments into collective awareness.

Together, they built CleanApp: a one-click tool that turns everyday observations into action. Take a photo. Submit. The system analyzes it, maps it, alerts responsible parties, and rewards those who help fix the issue. No forms, no bureaucracy, no endless “someone should do something about this.”

CleanApp is not just an app about trash or defects. It's a feedback network — a shift from silent frustration to shared accountability. A way to prove that one small action, multiplied, becomes infrastructure.

C.M: Could you tell us how the idea for CleanApp was created? What motivated you to start this particular project?

BM: I was a law professor at the University of Memphis, School of Law, working in a beautiful historic building right on the banks of the majestic Mississippi River. On one of my lunch walks, I stumbled upon a massive illegal dumpsite, rusted barrels oozing green sludge right into the river. Classic toxic dumpsite. I called the city & raised this issue with my law school colleagues who included city officials, including the Mayor. Nobody could solve the problem by legal means. “It’s a federal issue!” “It needs to be fixed by the railroad.” “No, this isn’t our problem.” I realized what’s needed is a single tool for mapping these types of problems and casting a public spotlight on them until they get fixed.

CM: To what extent did your experience or personal story influence your decision to focus on environmental issues and technology?

BM: I came to the USA as a 9

year old refugee in 1992. My mother was a doctor in the USSR who then had to clean rich people’s homes just to put food on the table. As kids, my sister and I were cleaning by her side. That sort of experience really tests your nerves. Early CleanApp ideas were born there: build smart cleaning robots so I could go back to school and play with my friends, and my mother wouldn’t need to scrub other people’s toilets.

CM: How would you describe the mission of CleanApp in one sentence?

ADG: Trash is Cash.

BM: Make the world a cleaner and safer place, one CleanApp report at a time. See something? CleanApp.

CM: How does the application work — what data does it collect and how can users view it?

ADG: Users send reports by taking an in-app photo. The App does not collect any personal information, the AI technology behind it removes any faces, license plates and other such personal →

identifying information. Only the location of where it was taken is attached to every report. The App rewards those who report incidents and those who respond to them by verifying if a report is accurate with a photo of the same location, or by actually addressing the problem in that report and then taking a photo as a proof. Photos are proofs – as pictures speaks a thousand words.

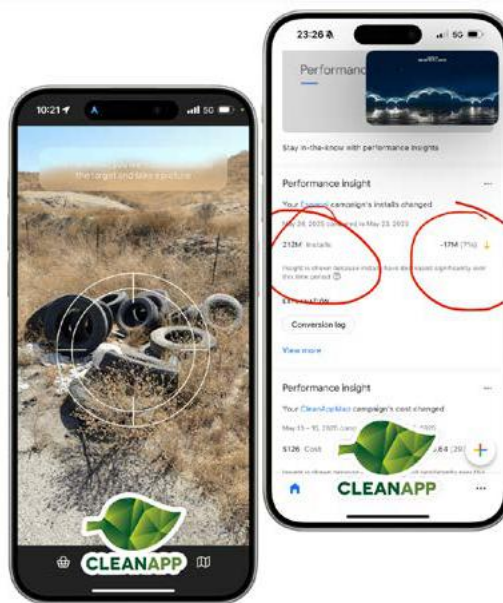
CM: Which technologies are behind the application (e.g., sensors, IoT, crowdsourcing, GIS), and what were the biggest technical challenges you faced?

ADG: We crowdsource reports with a dynamic blockchain reward, our blockchain token called KITN. Players get 1 KITN for each report they submit. 2x KITNs if your report ends up verifying someone else's report. Plus very generous bonuses for referrals. We use advanced open-source GIS tools to display these live reports on our public map. A big technical challenge is displaying all of these reports on the public map & making it work quickly. Because it's a lot of data that's getting updated in real time.

Each report is automatically AI-analyzed on our fine-tuned OpenAI and Gemini models. The AI analysis is extremely powerful and lightning quick: report to analysis takes less than 20 seconds! Given the pace of progress in AI, the coolest thing is that this is the worst our technology will ever be. The next generation of models will be 10x more powerful. This translates into CleanApp UX that feels more and more magical. With wearables like smart watches and smart glasses, soon you'll be able to click your fingers or wink and a CleanApp report gets sent.

CM: The app includes a "Brand Dashboard" – could you explain what that means and who the potential users of that segment are?

BM: Brand dashboards are automatically created when there are multiple reports about a particular site, app, product, or location. For example, the global Hilton brand has a dashboard, composed of hundreds of other dashboards for every Hilton hotel globally. Users submit a photo about a defect or leave positive feedback about Hilton Dubai. Who would want to know about this, and when? It's not just the management of the local Hilton in Dubai. The corporate office wants to know



We have a very special bond with Montenegro due to its unique status as an ecological state. Montenegro really is one of the most beautiful places on Earth

about this ASAP. Neighboring hotels may want to know about this (if it's a serious structural issue, for instance, or a massive water spill). Our dashboards give businesses this visibility, allowing them to significantly lower maintenance and legal liability costs – boosting their profits and client satisfaction.

It's not just physical properties. Dashboards are also created for apps. For example, our users identified a fatal bug in Google Ads that has been live on the Google platform for more than 4 months. We document & raise the urgency of this bug with Google each time an additional report comes in.

CM: Who is your primary target group – individuals, organizations, companies, or institutions?

ADG: Individuals who will be reporting and responding to incidents. Institutions, such as property owners (e.g., hotels, airports), brand operators (e.g., Coca-Cola corporation), tech companies (e.g., Google, Facebook), municipalities (e.g., the waste management departments) who would be receiving these reports with analytics to help them maintain the highest level of quality with regard to the market.

CM: To what extent are you already present in the international market, and what activities are you planning in Montenegro and the region?

BM: Our app is live globally. We have a very special bond with Montenegro due to its unique status as an ecological state. Montenegro really is one of

the most beautiful places on Earth. We were fortunate to be guests at early blockchain hackathons in Montenegro over the past few years, and we strongly believe that Montenegro can set an example for the rest of the world on new types of public-private-citizen partnerships. Montenegro's cultural respect for nature shows itself in the vibrant civil society sector, with leading organizations like UZOR. We're truly honored to be working side-by-side to showcase global impact – local and global at the same time.

CM: What are the biggest obstacles for users when adopting an app like this, and how do you overcome them?

ADG: With any social network, the biggest challenge is feeling you're doing it alone. We spent a lot of time improving the app to show you nearby reports so you can see there are other people in your community who care. It's a really cool feeling to open the map and see other people active in your area. You get goosebumps, and want to invite your friends into the game. That's the main challenge and opportunity we're working on right now.

CM: In what ways does CleanApp contribute to improving the environment – do you have any concrete examples or results you can share?

ADG: There's a giant 7-story Class A building that was built for the largest insurance company in Switzerland. People have stereotypes about Swiss construction being perfect. One day, a CleanApp report revealed a giant crack

in the wall that turned out to be a big structural defect. It's now being fixed. One click, and potential disaster averted. Another CleanApp hotspot is Los Angeles. People frequently dump used motor oil, car batteries, and other toxic stuff in Walmart parking lots. When reports come in, they're instantly sent to Walmart, and the hazards are cleaned up. Everyone wins.

CM: How do you measure the “success” of the app — by number of downloads, number of reported incidents, reduction of pollution, or something else?

B.M: While all of those numbers are indicative of the success, the true measure lies in the ratio of reports that eventually gets resolved. In the app, users will be able to see which reports are still pending to be resolved, others can then boost those pending reports by taking photos of the same incident, as a type of multiple confirmations. Institutions, property owners, brand managers, app makers could then use these analytics to prioritize their responses. Thus, closing the feedback loop is the ultimate measure of success, the more loops closed compared to those left open, the higher is our success.

CM: Which organizations, cities, or companies do you already collaborate with, and what benefits have you achieved together?

ADG: Most recently, we partnered with the Ethereum World's Fair in Buenos Aires, Argentina. Over the last month, we're activating the Edge City community in Patagonia, culminating in Devcon(nect), Ethereum's annual developer conference that brings tens of thousands of developers and community members together. These types of massive events (conferences, World Cup, Olympics) are perfect for CleanApp because they show the importance of a single feedback tool ... versus a specialized feedback app for the city of Paris, another feedback app for restaurants, a third feedback app for your favorite app, and so on. Our secret sauce is simplicity: 1-click and done. We then do everything possible to make sure your feedback reaches people who can do something about it.

CM: How important is the involvement of the community and users — how do you motivate them to report data and actively participate?

B.M: Empowering individuals to report any and every incident by rewarding all such positive behavior with blockchain based tokens which can then be converted to cash. Essentially, creating a circular economy where the more you help the environment, the more you are rewarded and the better the institutions value and companies network goes up as they are perceived to be doing the right thing by reducing waste in their processes.

We are launching the CleanApp Ambassadors program throughout the world: students, young people, professionals who want to talk about the environment on their weekends. They will be encouraging their friends, family, colleagues and neighbors to CleanApp at every incident in their lives. Any time you want to leave a review, a comment, a feedback, the best and easiest way is to take a single photo with CleanApp.



City based and brand oriented campaigns will be launched all around the world to get people motivated around a single idea. As an example, that could be a specific neighborhood in Podgorica where we have a weekend campaign inviting everyone to come out to the streets and start reporting. Another example would be around a well recognized brand, such as coca cola, by getting everyone around the world for a specific day to take photos of any litter with coca cola bottles in it — all those photos will be forward to the company behind coca cola to then have them reward those reporters with our blockchain token.

CM: What are your plans for the upcoming period? How do you see the role of technology (e.g., AI, big data, sensor networks) in improving environmental monitoring over the next five years?

ADG: CleanApp is at the juncture of AI

that analyzes every report to annotate and add descriptions, crypto to reward those reporting, and big data to map out every part of the real world and the online space for any and every incident, robots to then physically clean out the space, sensor networks to automatically report out-of-sync CleanApp messages to the dashboard that is to be monitored by institutions and responsible parties.

CM: What was the most challenging moment during the development of the project, and what did you learn from it?

B.M: Since reports could be of any kind of incident involving objects that could range to everything that exists on earth, there was no way to map incidents to the correct party who could respond. It is only in the last year that this could be addressed using AI — it provides a way to dynamically heterogeneous matches. This means every report is now analyzed by our AI to discover who

are the responsible parties needed to resolve the incident — is it the city municipality, or a property owner, or an app maker or some other person, even finding out their contact details to send the reports to. AI now acts as the ultimate triage machine and the more CleanApp is used, the better the triage becomes as AI is self-learning and self-improving based on usage.

CM: What would you say to users in Montenegro who are considering getting involved through the app — how should they start, and why is it important?

B.M: Trash is Cash. As early adopters, Montenegrins will directly benefit from the value loops we're creating. Remember that Hilton dashboard, and that massive bug on GoogleAds? We immediately send those reports to Hilton & Google and so on. But if they want to see the full bouquet of feedback that users submit about their properties, they need to pay for access. Our goal is to take at least 50% of that revenue and buy your tokens with that money, creating a natural demand for your token. Therefore, the more valuable your reports, the more valuable your rewards. The more people you introduce into the game, the more tokens you get. It's multi-level marketing, a green Pyramid Scheme, but for a completely noble purpose. You have nothing to lose, and everything to gain, from trying CleanApp today. ●



HELIOSA 66 IPX5 Vodootporni

- Podesivi model koji se primjenjuje na zid i za posebnu instalaciju.
 - Za unutrašnju ili vanjsku okolinu.
 - Carrara bijela boja RAL 9016 ili Ferro Micaceo (crna)
 - Grijana površina od 8 - 9 m²
 - Snaga: 2000 Watt
 - IPX5 indeks zaštite Vodootporan (patent Star Progetti)
 - Visina ugradnje najviše 2,00 - 2,30 metara
 - Dimenzije cm 51x16x21,5
 - Neto težina kg 2.1
- Dodatna oprema koja se isporučuje:**
- električni kabal 3 m,
 - šuko utikač,
 - mreža od nerđajućeg čelika, kuka za zidnu montažu



HELIOSA 66 BLACK

- Dizajn i grijanje bez svjetlosti (zaštitno tamno staklo preko grijača, koje trpi visoke temperature). Infra crvena grijalica HELIOSA 66 BLACK, sa velikom snagom grijanja i niskom potrošnjom.
- Njegova mat crna boja poboljšava njegov oblik i čini ga idealnim za svako mjesto.
- Boja: crna-mat
- Preporučena visina: od 2-2.3 m
Grijana površina: 7-9 m²
Dimenzije: 51 X 16 X 21.5 cm
Snaga: 2000 W
Potrošnja: 0,2 €/h
- Dodatna oprema koja se isporučuje:**
- električni kabal 3m
 - šuko utikač
 - držač za zidnu montažu

NOVOGODIŠNJI POPUST OD 15. DECEMBRA DO 15. JANUARA 5%



OBELISK

Proizveden od ekološko prihvatljivog polipropilena, koji se može reciklirati, čije karakteristike uključuju visoku otpornost na udarce i temperature.

Obelisk se sastoji iz dva dijela:

- postolja sa osloncem
- grijalice

U unutrašnjosti postolja postavljena je led rasvjeta, koja čini ovaj proizvod lijepo osvijetljenim.

Na vrhu Obeliska, postoji držač na koji se montira Heliosa 55 ili Heliosa 66 IR grijalica, sa maksimalnom snagom do 2kw.

Postolja se može popuniti pijeskom ili šljunkom kako bi se povećala stabilnost u nepovoljnim vremenskim uslovima.

Tehnički podaci: - snaga: 2000 W, potrošnja: 0,2 €/h, snaga led rasvjete: 34 W, dimenzije: 52 X 42 cm, visina 208 cm, zaštita: IP X 5, pokriva od 7-9 m², težina 9 kg.

Dodatna oprema koja se isporučuje:

- električni kabal 3m, šuko utikač, daljinski upravljač za uključivanje i isključivanje grijalice i rasvjete



VARMA 400 IP X 5

Vodootporna

- Podesivi model koji se postavlja na zid ili plafon.
- Za unutrašnju ili vanjsku upotrebu.
- Boja: grafitna
- Grijana površina od 7 - 8 m²
- Preporučena visina postavljanja: 2,0 - 2,2m
- Dimenzija: 40cm X 12cm X 22cm

Dodatna oprema koja se isporučuje:

- električni kabal 3m
- šuko utikač
- kuka za zidnu montažu

Snaga 2000 W

Uvoznik

IVNIK d.o.o. Podgorica
MOB 069 027 410
E-MAIL ivnikcg@gmail.com

Distributeri

- **TRIGON doo Podgorica / MOB 069 360 026**
- **FRIGO ELEKTRO Podgorica**
TEL 067 331 338; 020 268 890
- **TRAFO MONT doo Bijelo Polje / TEL 069 267 377**
- **COMARK doo Podgorica / MOB 067 010 725**



ivnik
since 1998

www.ivnik.me

PROFESIONALNA ZAŠTITA OD INSEKATA



EXOCUTOR 80
Najefikasniji neutralizator
insekata idealan za sve
prostore



HALO 30 LED
Nova generacija popularne
Halo serije uređaja za kontrolu
insekata. Savremena LED
tehnologija omogućava
manje troškove rada i
doprinosi ekološki
odgovornijem radu

**NOVOGODIŠNJI POPUST OD
15. DECEMBRA DO
15. JANUARA 5%**



INFINITI
Sa elegantnom i savremenom
estetikom, Infiniti uključuje ka-
rakteristike koje servisiranje i
instalaciju čine brzom i lakom



AURA
Savremen, diskretan
i efikasan
neutralizator
insekata sa
ljepljivom površinom



FLYTRAP LED 30
Nova generacija zasnovana na
naprednoj LED tehnologiji, koja
omogućava značajno smanjenje
potrošnje energije i doprinosi
većoj održivosti sistema



ivnik
since 1998

Ekskluzivni uvoznik i distributer proizvoda engleskog proizvođača  pelsis

LES TROIS VALLÉES

RAJ U TRI DOLINE ZA
SKIJASE IZ CIJELOG SVIJETA



NIJE TO SAMO SKIJANJE TO JE OSJEĆAJ SLOBODE

Tekst: SANJA GOLUBOVIĆ

Foto: PRIVATNA ARHIVA, LES TROIS VALLEES

LES TROIS VALLÉES – tri magične sniježne doline: Courchevel, Méribel i Belleville koje čine najveću povezanu skijašku regiju na svijetu, sa preko 600 km staza koje vode kroz šume, sniježne visoravni sa pogledom na najveće vrhove Alpa...

Les Trois Vallées, to je ljepota kontrasta: s jedne strane, ogromno, impresivno skijaško područje sa stotinama kilometara staza, a s druge – tople, tradicionalne planinske zajednice koje čuvaju autentičnost. Prenosim vam koliko je moguće riječima, atmosferu višednevnog đira po čuvenim magičnim dolinama francuskih Alpa.



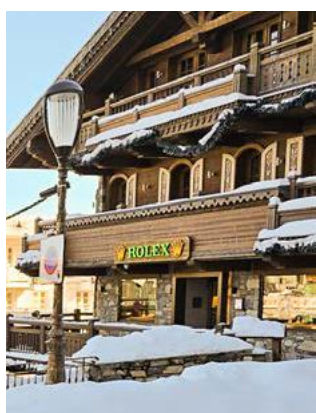
Prošle godine sam skijala u *Les Trois Vallées*, u francuskim Alpima, po prvi put. Bilo je to za mene dragocjeno iskustvo i doživljaj za cijeli život: jer *Les Trois Vallées* nije samo skijanje, već i osjećaj slobode, smirenosti i povezanosti s prirodom. I neprocjenjivo: atmosfera sreće usljed boravka među skijašima iz cijelog svijeta, ljudima koji imaju istu energiju i strast. Osmijeh je univerzalni jezik na stazama i svud oko njih. Jer, to je Francuska, jer, to su Alpi!



Kad si gore, na visini iznad 2.500 metara, osjećaš se malim u odnosu na veličinu prirode, ali taj osjećaj poniznosti donosi i slobodu: slobodu da dišeš dublje, da misliš jasnije, da se prepustiš trenutku.

NAJVIŠI VRHOVI

- CIME CARON – 3.200 m, panoramski vidikovac nad dolinama
- AIGUILLE DE PÉCLET – 3.561 m, spektakularni grebeni
- POINTE DU BOUCHET – 3.230 m, miran panoramski vrh



LES TROIS VALLES predstavlja danas izmeću grandiozne skijaške infrastrukture i alpske tradicije. To je mjesto gdje možeš doživjeti „mega-domen“ sa stotinama kilometara staza, a iste večeri osjetiti porodičnu toplinu, mir lokalnih kuća, bajkovitu atmosferu tradicionalnih planinskih sela i fantastičnu autentičnu kuhinju. Za goste to znači od brzih dana na visokim grebenima i strmim stazama, pauza na suncu na ležaljka lokalca podno staza, i druženja u hors-sac dvoranama (picnic sobama) na stazi. COURCHEVEL je najekskluzivnija dolina i simbol luksuza: hoteli blistaju, restorani dotiču zvjezdane visine, a tu su i butici →

VAL THORENS – najviši ski resort u Evropi

COURCHEVEL JE NAJEKSKLUZIVNIJA DOLINA I SIMBOL LUKSUZA: HOTELI BLISTAJU, RESTORANI DOTIČU ZVJEZDANE VISINE, A TU SU I BUTICI BRENDOVA CHOPARD, DIOR, LOUIS VUITTON, MONCLER I CHANEL KOJI OMOGUĆAVAJU LUKSUZNI SHOPPING DIREKTNO SA STAZE

COURCHEVEL





Da se "upišemo"

brendova Chopard, Dior, Louis Vuitton, Moncler i Chanel koji omogućavaju luksuzni shopping direktno sa staze.

Konjske kočije voze goste kroz zimski sela, dok ski in, ski out koncept čini svaki momenat proveden tu savršenim iskustvom. Gradnja u Courchevelu prati isti princip kao u ostalim dvjema dolinama, ali unutrašnja ponuda hotela i usluga je luksuznija, prilagođena zahtjevnim gostima.

MÉRIBEL, smješten u drvenim alpskim selima, odiše toplinom i tradicijom, a staze vijugaju kroz



MÉRIBEL



Orelle, četvrta dolina, nazivaju je zadnja „tajna vrata“ koja vode u ovo skijaško carstvo

šume, idealne za porodične i srednje napredne skijaše. U Belleville dolini, Val Thorens – najviši ski resort u Evropi – pruža panoramske poglede i pouzdan snijeg, dok Les Menuires i Saint-Martin de Belleville čuvaju autentični planinski duh. Orelle je četvrta dolina dragulj Trois Valléesa. Mjesto gdje se može doživjeti veliki teren, ali s mirnijim selima i autentičnijim osjećajem planinskog života. Dostupna je samo gondolom. Orelle nazivaju posljednjim „tajnim vratima“ ulaska u ovaj ogromni alpski prostor. Skriven od gužve i buke, djeluje poput tihe oaze gdje Alpi dišu sporije, a pejzaži se otkrivaju samo onima koji im priđu s poštovanjem. Nenametljiva i autentična, ova dolina pruža osjećaj otkrivanja svijeta koji još nije sasvim razotkriven – tiša, intimnija strana Tri doline.

Regija raspolaže sa oko 183 žičare, a mreža staza uključuje 336 km plavih,



MÉRIBEL

NIJE ČAK NI DA VOLIM DA SE DOVODIM U OPASNOST, JER UVIJEK IMAM KONTROLU, ALI IZLAZIM IZ SVOJE ZONE KOMFORA, PREVAZILAZIM SEBE, U POTPUNOSTI ŽIVIM SADAŠNJI TRENUTAK. TU JE I ONAJ OSJEĆAJ PONOSA KADA PREDEŠ NOVE GRANICE SOPSTVENIH MOGUĆNOSTI I VIDIŠ KAKO NAPREDUJEŠ

204 km crvenih i 60 km crnih staza, plus desetine kilometara ski touring ruta.

Najduža staza, sa vrha Cime de Caron, spušta se nevjerojatnih 12 km, pružajući osjećaj slobode koji rijetko koja planina pruža.

Skijanje ovdje nije samo sport – to je meditacija na bijelom, ples s gravitacijom i ritual ljepote.

Bez obzira da li klizite laganom plavom stazom, osjećate adrenalin na crnoj ili istražujete visoke grebene, Trois Vallées pruža iskustvo koje je istovremeno i adrenalin i poezija.

Les Trois Vallées – tri magične sniježne doline: Courchevel, Méribel i Belleville koje čine najveću povezanu skijašku regiju na svijetu, sa preko 600 km staza koje vode kroz šume, sniježne visoravni sa pogledom na najveće vrhove Alpa...



OSJEĆAJ BITI NA VRHU SNJEŽNE PLANINE

Osjećam se slobodno! Strah zna biti podsticajan, ali zadovoljstvo dolazi tek kada avantura prođe. Kada si visoko, miliš samo na to kako da se spustiš, a kada si dolje, jedino želiš da se vratiš gore... To postane prava zavisnost.



na stazama. Takođe kafa, topli napici, pivo, vino... u lokalima podno staza koštaju kao kod nas u ljetnoj sezoni na primorju, možda i manje.

I da, Les 3 Vallées ne mora biti „najluk-suznija ski-destinacija samo za bogate“ jer, moguće je skijati u Les 3 Vallées i bez glomaznog budžeta, ukoliko se dobro planira.

Skijanje u Les Trois Vallées otvorilo mi je potpuno novu dimenziju – staze su široke, savršeno pripremljene, ali uvijek postoji mogućnost da odabereš i off piste avanturu. Snijeg je mekan i pahuljast, dovoljno dubok da osjetiš kako te svaka pahulja „nosi“ niz padinu, ali stabilan i siguran za igru i istraživanje.

Naravno, avantura nije bila samo sama staza. Ljubaznost i profesionalizam osoblja na stazama i van njih, atmosfera u planinskim kolibama i šarm alpskih sela dodali su putovanju posebnu dimenziju. Courchevel i Val Thorens su spoj adrenalina i glamura – dok si na stazi, u srcu takmičenja i adrenalinskih spustova, u podnožju planine čeka te druženje s ljudima iz cijelog svijeta koji imaju strast – skijanje.

Courchevel nije samo sportska arena –



VAL THORENS

PROJEVI KOJI ODUZIMAJU DAH

- **LES 3 VALLÉES** ima na raspolaganju **334 STAZE** različitog nivoa – od zelenih i plavih do crvenih i crnih.
- Liftova je **PREKO 160** (različite vrste: gondole, sjedežnice, traksijske žičare), što osigurava da svaka staza bude pristupačna i sve su povezane
- Prostire se na više od **105 KM² NETAK-NUTE PRIRODE**, sa 25 vrhova koji su skijaški dostupni, uključujući i neke iznad 2.500 m.
- Da bi se snijeg održao, tu je oko **2.823 TOPA (SNOW CANONS) ZA VJEŠTAČKO OSNJEŽAVANJE**.
- **NAJDUŽA STAZA, SA VRHA CIME DE CARON**, spušta se nevjerojatnih 12 km, pružajući osjećaj slobode koji rijetko koja planina pruža.

to je i glamurozna destinacija i dom jet seta svijeta, luksuznih planinskih kuća/koliba i modnih događaja, što cijelu regiju čini pozornicom za sport, avanturu i glamur.

Les Trois Vallées me naučio nečemu više: svaka staza, svaki vrh i svaki pogled postaju uspomena koju želiš ponoviti.

Ne čudi što su ove planine inspiracija i svjetskim takmičenjima, i onima koji traže savršenu destinaciju za zimu, luksuz i magiju istovremeno. U Courchevel-u, na stadionu Émile Allais, svake zime svjetle reflektori noćnog ženskog slaloma Svjetskog kupa, dok muške trke spusta i **Super G** na legendarnoj stazi **L'Éclipse** oduzimaju dah i najiskusnijim skijašima. Val Thorens redovno ugosti **Ski Cross Svjetski kup**, a Méribel pokazuje čudesnu snagu paraolimpijskog skijanja. Ove sezone (2025/2026), Les Trois Vallées će biti i domaćin adrenalinskog **Freeride World Toura**, dok Courchevel slavi **80 godina planinskog duha luksuza i sporta.** ●

VRHOVI KOJI DODIRUJU NEBO: sa Cime Caron 3.200 m i Aiguille de Péclet moguće je vidjeti **Mont Blanc** u daljini. Najduža staza, sa vrha Cime de Caron, spušta se nevjerojatnih 12 km, pružajući osjećaj slobode koji rijetko koja planina pruža.

Istorijat regije počinje od 1946. godine kada je osnovana Société des Trois-Vallées, a razvoj modernih ski resorta počeo je 1970 ih. Courchevel je planiran kao luksuzna skijaška zona, dok su Méribel i Belleville razvijeni u skladu sa alpskom tradicijom.

Regija raspolaže sa kapacitetom od oko **140.000 kreveta**, što je čini globalno atraktivnom destinacijom za zimski odmor.

Svoje pauze često smo organizovali kao „picnic“ – ne nužno da se jede u restoranu, već smo koristili označene „salles hors sac“ (prostorije za piknik)

LES TROIS VALLÉES

PARADISE IN THREE VALLEYS
FOR SKIERS FROM ALL
OVER THE WORLD



IT IS NOT ONLY SKIING,

IT IS A SENSE OF FREEDOM

Last year, I went skiing in Les Trois Vallées, in the French Alps, for the first time. It was a precious experience for me, a lifetime experience: since Les Trois Vallées is not only skiing, but also a sense of freedom, calmness and connection with nature. And priceless: the atmosphere of happiness for being among the skiers from all over the world, people with the same energy and passion. Smile is a universal language on the pistes and all around them. Since it is France! Since these are the Alps!

Written by: **SANJA GOLUBOVIĆ**

Photo: **PRIVATE ARCHIVE, LES TROIS VALLÉES**

LES TROIS VALLÉES – three magic snow valleys: Courchevel, Méribel and Belleville making the largest interlinked skiing region in the world, with over 600 km of trails running through forests, snowy plateaus with a view of the highest summits of the Alps...

Les Trois Vallées, it is a beauty of contrasts: on one side, there is a huge, impressive skiing area with hundreds of kilometres of pistes, and on the other – warm, traditional mountain communities which preserve the authenticity. I am conveying to you, in as many words as possible, the atmosphere



When you are high up, you only think how to get down, and when you are at the bottom, the only thing you wish is to go up again...



THE HIGHEST PEAKS

- **CIME CARON** – 33.200 m, panoramic observation point above the valleys
- **AIGUILLE DE PÉCLET** – 3.561 m, spectacular ridges
- **POINTE DU BOUCHET** – 3.230 m, peaceful panoramic peak

THE FEELING OF BEING ON TOP OF A SNOWY MOUNTAIN

I feel free! Fear can be stimulating, but the satisfaction comes only when the adventure ends. When you are high up, you only think how to get down, and when you are at the bottom, the only thing you wish is to go up again... It becomes a real addiction.



of days-long tour along the famous magic valleys of the French Alps.

Les Trois Vallées constitute a balance between grandiose skiing infrastructure and Alpine tradition. It is a place where you can experience “mega-domain” with hundreds of kilometres of trails, and in the same evening feel the family warmth, tranquillity of local houses, fairytale atmosphere of traditional mountain villages and fantastic authentic cuisine. For guests, this means from quick days on the high cliffs and steep slopes, breaks in the sunshine on the

deckchairs at the bottoms of the slopes, and socializing in the hors-sac halls (picnic rooms) on the piste.

COURCHEVEL is the most exclusive valley and a symbol of luxury: shiny hotels, star-reaching restaurants, and there are also boutiques selling Chopard, Dior, Louis Vuitton, Moncler and Chanel items enabling luxury shopping directly off the slope.

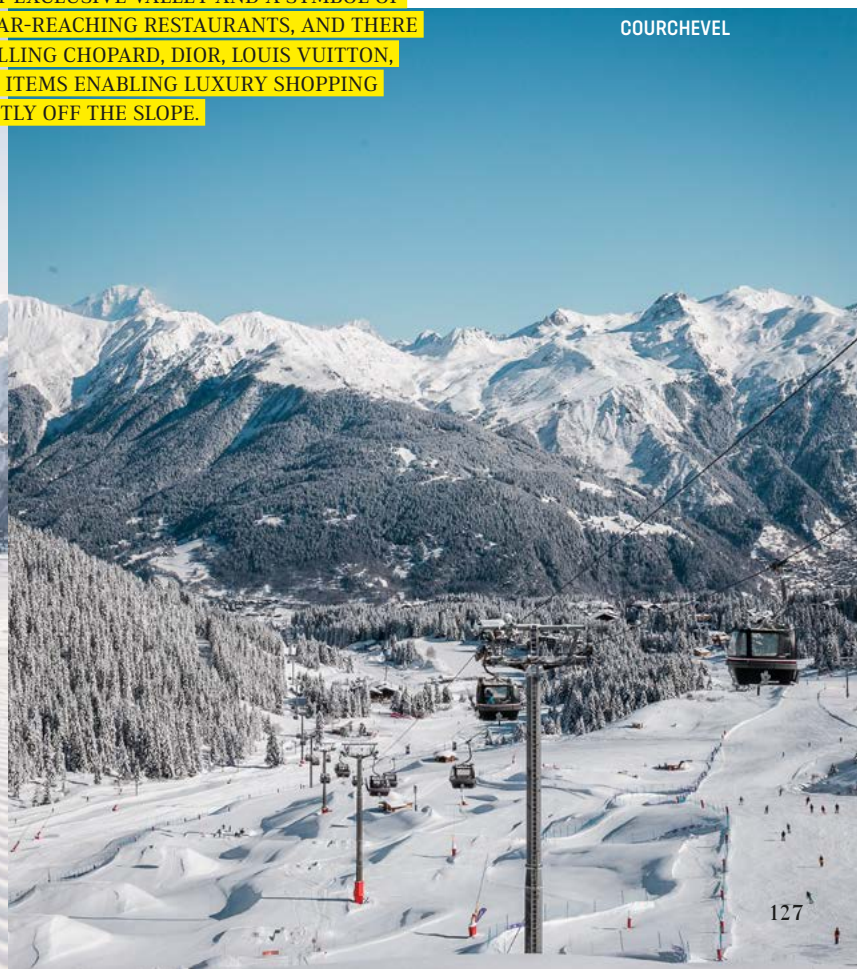
Horsedrawn carts take the guests through winter villages, while ski in, ski out concept makes every moment

spent there a memorable experience. When it comes to construction activity, in Courchevel the same principle is observed as in the other two valleys, but the offer in its hotels and services are more luxurious, adjusted to demanding guests.

MÉRIBEL, located in wooden Alpine villages, exudes warmth and tradition, and the trails wind through the forests, ideal for family and average skiers. In **Belleville valley, Val Thorens** — the highest ski resort in Europe — offers panoramic views and reliable snow →

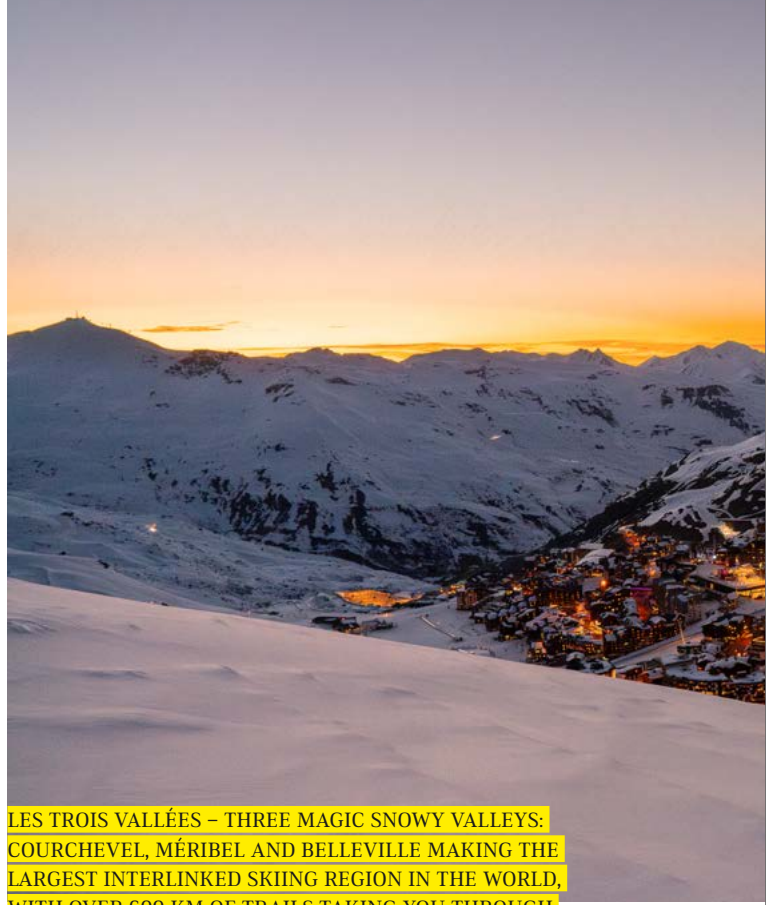
COURCHEVEL IS THE MOST EXCLUSIVE VALLEY AND A SYMBOL OF LUXURY: SHINY HOTELS, STAR-REACHING RESTAURANTS, AND THERE ARE ALSO BOUTIQUES SELLING CHOPARD, DIOR, LOUIS VUITTON, MONCLER AND CHANEL ITEMS ENABLING LUXURY SHOPPING DIRECTLY OFF THE SLOPE.

COURCHEVEL





While you ascend in a gondola lift, with every turn you enter a new mountain scenery...



LES TROIS VALLÉES – THREE MAGIC SNOWY VALLEYS: COURCHEVEL, MÉRIBEL AND BELLEVILLE MAKING THE LARGEST INTERLINKED SKIING REGION IN THE WORLD, WITH OVER 600 KM OF TRAILS TAKING YOU THROUGH THE FORESTS, SNOWY PLATEAUS WITH A VIEW OF THE HIGHEST PEAKS OF THE ALPS...

cover, while Les Menuires and Saint-Martin de Belleville preserve the authentic mountain spirit. Orelle is the fourth gem valley of the Trois Vallées. A place where you can experience large terrain, but with quieter villages and more authentic feeling of the life in mountains. It is accessible only by a gondola lift. Orelle is called the last "secret back door" to this huge Alpine area. Hidden from the crowds and noise, it seems like a quiet oasis where the Alps breathe more slowly and where the landscapes reveal themselves only to those who approach them with respect. Unobtrusive and authentic, this valley offers a feeling of discovering the world which has not yet been fully discovered – more silent, more intimate side of the Three Valleys.

In this region, there are about 183 cableways, and the network of trails includes 336 km of blue, 204 km of red and 60 km of black pistes, plus tens of kilometres of ski touring routes.

The longest piste, from Cime de Caron, coming down for the incredible 12 km,

offers the feeling of freedom which is rarely offered in the mountains.

Skiing here is not just a sport – it is a meditation in white, dance with gravitation and ritual of beauty.

No matter whether you glide along an easy blue slope, feel the adrenalin on a black one or explore high ridges, Trois Vallées offer an experience which is both adrenalin and poetry.

Les Trois Vallées – three magic snow valleys: Courchevel, Méribel and Belleville which make the highest interlinked skiing region in the world, with over 600 km of pistes which meander through the forests, snowy plateaus with a view of the highest summits of the Alps...

The history of the region starts in 1946 with the foundation of the Société des Trois-Vallées, while the development of modern ski resorts started in 1970 ies. Courchevel was designed as a luxury skiing area, while Méribel and Belleville were developed in accordance with Alpine tradition.



Orelle, the fourth valley, called the last "secret backdoor" which take you to this skiing empire

The region capacity is around| 140.000 beds, which makes it a globally attractive wintyer holiday destination.

We often organized our breaks as "picnics" – not necessarily for having meals in a restaurant, but using the designated "salles hors sac" (picnic areas) on the slopes. Also, coffee, warm beverages, beer, wine... in the cafés at the bottom of the slopes costs the same as in this country along the coast during the summer season, perhaps even less.

And yes, Les 3 Vallées need not be "the most luxurious skiing destinations



VAL THORENS

for the rich people alone” since it is possible to go skiing there even without having a substantial budget, if you plan it well.

Skiing in Les Trois Vallées has opened a totally new dimension to me – the pistes are wide, perfectly prepared, but there is always a possibility to choose even an off piste adventure. The snow is soft and

powdery, deep enough for you to feel to be “carried” down the slope with every snowflake, but still stable and secure for playing and exploring.

Of course, the adventure was not only on the piste. The kindness and professionalism of the personnel along the trails and around them, the atmosphere in the mountain chalets and the charm of Al-

BREATH-TAKING FIGURES

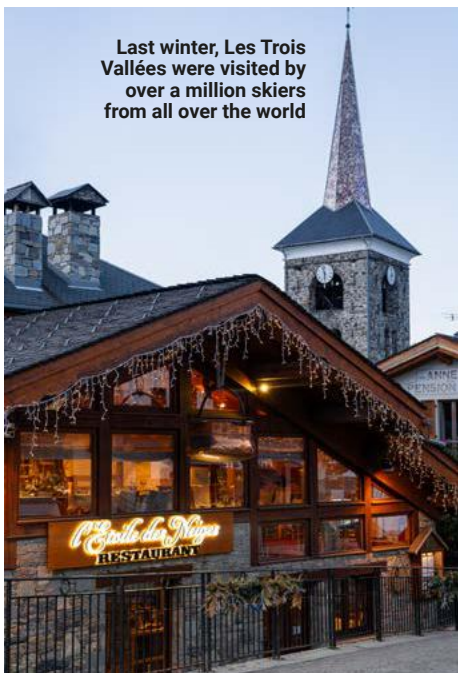
- **LES 3 VALLÉES** boasts **334 PISTES** of various level – from the green and blue to red and black.
- There are over **160 LIFTS** (of various type: gondolas, chairlifts, traction cable cars), which ensures the accessibility of every piste and they are all interlinked
- It stretches on over **105 KM² OF UNSPOILT NATURE**, with 25 peaks available to skiers, including some exceeding 2.500 m.
- In order to maintain the snow cover, there are about **2.823 SNOW CANONS FOR ARTIFICIAL SNOWING**.
- **THE LONGEST TRAIL, FROM CIME DE CARON**, comes down the incredible 12 km, offering the sense of freedom which is offered by just a few mountains.

pine villages added a special dimension to this trip. Courchevel and Val Thorens are a combination of adrenalin and glamour – while you are on a slope, in the heart of competition and adrenalin downhill, at the foot of the mountain you are in for socializing with the people from all over the world with the same passion – skiing.

Courchevel is not just a sports arena – it is also a glamorous destination and a home to the world’s jet set, luxury mountain houses/chalets and fashion events, which makes the whole region a stage for sport, adventure and glamour.

Les Trois Vallées has taught me one more thing: every piste, every summit and every view become a memory you wish to repeat.

It is not surprising that these mountains are inspirations to big planetary competitions, and to those looking for perfect destination for winter, luxury and magic. In Courchevel, on the Émile Allais stadium, every winter floodlights come on for ladies’ World Cup night slalom race, while men’s downhill and **Super G** races on the legendary **L’Éclipse** slope take the breath even to the most experienced skiers. Val Thorens is a regular host to the **Ski Cross World Cup**, and Méribel shows the amazing power of Paralympic skiing. This season (2025/2026), Les Trois Vallées will host the adrenalin **Freeride World Tour**, while Courchevel celebrates 80 years of the mountain spirit of luxury and sport. ●



Last winter, Les Trois Vallées were visited by over a million skiers from all over the world



SKIING HERE IS NOT JUST A SPORT – IT IS A MEDITATION IN WHITE, DANCE WITH GRAVITATION AND RITUAL OF BEAUTY.

Prag i Karlovi Vari



DVIJE PRIČE, JEDNO PUTOVANJE

Četvorodnevno putovanje kroz Češku vodilo nas je od istorijskog, živopisnog Praga do tihih i elegantnih Karlovih Vari. Dva potpuno različita grada, a svaki je ostavio svoj poseban trag. Prag svojim mostovima, muzejima i energijom starog evropskog centra, a Karlovi Vari spokojem, arhitekturom i atmosferom koja podsjeća na romantične filmske scene.

Tekst: TEODORA ĐURNIĆ

Foto: PRIVATNA ARHIVA
DEPOSITPHOTOS



VLTAVA - POGLED SA KARLOVOG MOSTA

SREDNJOVJEKOVNI MEHANIZAM, KOJI PRIKAZUJE KRETANJE PLANETA I SIMBOLIČNE FIGURE ŽIVOTA I DANAS JE JEDAN OD NAJPREPOZNTLJIVIJH SIMBOLA GRADA.



ASTRONOMSKI SAT

jedna prikazuje njegov pad u Vltavu, a druga psa koji simbolizuje vjernost. Kažu da, ako dotakneš

jednu od figura, vratićeš se u Prag, a ako dotakneš drugu, ispuniće ti se želja. Naravno, iskoristili smo priliku da to i učinimo.

Tokom obilaska, napravili smo kratku pauzu u poznatom restoranu Louvre, jednom od najstarijih i najprepoznatljivijih kafe-restorana u Pragu. Otvoren 1902. godine, ovo mjesto je nekada bilo sastajalište velikih umova, među

njima Alberta Ajnštajna i Franza Kafke, koji su upravo ovdje provodili vrijeme u razgovorima i pisanju.

Iza istorijskih fasada i kamenih ulica, Prag krije i svoju moderniju stranu. Jedan od najboljih primjera je Dancing House, arhitektonski dragulj koji izgleda kao da se talasa između okolnih zgrada. Njegove staklene krivine čine da djeluje kao da je u pokretu, što ga čini jednim od najfotografisanih modernih objekata u gradu.

Nedaleko odatle, u potpuno drugačijem tonu, nalazi se John Lennon Wall, simbol slobode, mira i umjetnosti. →



JAN NEPOMUK



ŠTRUDLA SA JABUKOM - RESTORAN LUVR

IZMEĐU ISTORIJE I ROMANTIKE

Upoznavanje sa Češkom započeli smo šetnjom kroz centar Praga, gdje se najljepše osjeti spoj istorije i svakodnevice. Na Staromestskom trgu dočeka nas je čuveni **Astronomski sat**, oko kojeg su se, kao i uvijek, okupljali radoznali posjetioci. Ovaj srednjovjekovni mehanizam, koji prikazuje kretanje planeta i simbolične figure života i danas je jedan od najprepoznatljivijih simbola grada.

Od sata smo se uputili ka Karlovom mostu. Kamen mosta, bronzane skulpture i pogled na Vltavu podsjetili su nas zašto je upravo ovaj most jedan od simbola Praga. I pored velike gužve, izdvojili smo se da pridemo statuama koje nose posebnu simboliku. Najpoznatije su reljefne ploče na skulpturi svetog Jana Nepomuka,





KARLOV MOST: Kažu da, ako dotakneš jednu od figura, vратиćeš se u Prag, a ako dotakneš drugu, ispuniće ti se želja. Naravno, iskoristili smo priliku da to i učinimo.

Nekada običan zid, danas je galerija grafita, poruka i crteža koji se mijenjaju gotovo svakog dana, jer turisti i lokalci svakodnevno na ovom mjestu ostavljaju svoje poruke. Zid živi kao prostor protesta, ljubavi i kreativnosti i nikada ne izgleda isto.

Posebno zanimljiva bila je još jedna moderna turistička atrakcija, rotirajuća Kafkina glava, ogromna metalna skulptura koja se sastavlja i rastavlja u pokretu. Ovaj spoj tehnologije i umjetnosti, posvećen Franzu Kafki, djeluje gotovo hipnotičuće i savršeno oslikava moderni duh Praga.

TRAGOVIMA MUZEJA

Prag smo doživjeli i kroz njegove muzeje, koji grad otvaraju na sasvim drugačiji način od šetnji i trgova. U Narodnom muzeju prošetalimo kroz široke galerije posvećene razvoju života, kulturi i istoriji grada. Izložbe su vodile

od najranijih perioda, preko srednjeg vijeka, sve do savremenog Praga, a brojne skulpture i makete pričale su priče o ljudima koji su oblikovali grad kroz vijekove. Prostrane dvorane, visokih plafona i velikih prozora, dale su poseban doživljaj, pa je obilazak djelovao kao mali put kroz vrijeme.

U Kafkinom muzeju atmosfera je bila sasvim drugačija, intimnija, mračnija i duboko introspektivna, baš poput Kafkinih djela. Muzej nas je poveo kroz fragmente njegovog života: rukopise, fotografije, lična pisma i simbole iz njegovih romana. Uz zvučne i vizuelne efekte prostor je uređen tako da posjetioca uvodi u ambijent Kafkine unutrašnje borbe, njegove opsesije i fascinacije Pragom.

ČEŠKA KUHINJA - BOGATA I RAZNOLIKA, ZASITNA I TRADICIONALNA

Prag nas je osvojio i kroz svoju tradicionalnu češku kuhinju. Probali smo čuve-



DANCING HOUSE

ni češki gulaš gust, bogat i aromatičan, poslužen uz meke knedle. Uz ovakvo jelo savršeno je prijavao dobro rashlađeni Pilsner Urquell, ponos njihove pивske tradicije.

Na Staromestskom trgu zatekli smo i sezonske štandove sa praškom šunkom. Na vatri se polako okreće veliki komad mesa, reže se na licu mjesta i stavlja u hrskavi hljeb. Jednostavno, a ukusno jelo, a po redu ljudi koji strpljivo čekaju, jasno je da je jedno od omiljenih među turistima.

A za kraj, nezaobilazni Trdelník - slatki valjak od tijesta pečen na vatri, posut šećerom, orasima ili cimetom, a punjen čokoladom, koji se može naći na svakom čošku grada. Topao i mirisan, bio je savršena mala poslastica između naših obilazaka.

KARLOVI VARI - ROMANTIČNI BISER MEĐU ČEŠKIM BRDIMA

Jedan dan posvetili smo Karlovim Varima, gradu koji je ostavio poseban



NARODNI MUZEJ



KAFKA: rotirajuća glava



JOHN LENNON ZID



KARLOVI VARI

Prag nas je osvojio i kroz svoju tradicionalnu češku kuhinju. Probali smo čuveni češki gulaš gust, bogat i aromatičan, poslužen uz meke knedle



STAROMESTSKI TRG, ŠTAND SA PRAŠKOM ŠUNKOM

utisak. Ovo je najpoznatiji češki spa-grad, prepoznatljiv po brojnim termalnim izvorima čija se voda koristi za liječenje i opuštanje. Ulice, pastelne fasade i tišina uz rijeku Teplu djelovali su gotovo filmski, kao scena iz romantičnog filma. Lagano smo šetali ispod kolonada, probali toplu mineralnu vodu i uživali u atmosferi grada koji ima svoj spori i elegantniji ritam. Put nas je zatim odveo do vidikovca Diana. Funikular se uspinjao kroz šumu, a pogled sa vrha otkrio je Karlove Vari u punoj ljepoti: grad u dolini, okružen brdima i vijugavim stazama. Za ručak smo probali šašlik zapečen pod hljebnom korom, poslužen u maloj keramičkoj posudi. Ispod hrskave korice nalazila se



kombinacija sočne govedine i tjestenine - jednostavno, ukusno i savršeno uklopljeno u ambijent grada.

DO SLJEDEĆEG VIĐENJA

Češka u jesen nosi posebnu ljepotu. Prag, sa svojom istorijom, mostovima i živim gradskim ritmom i Karlovi Vari, sa romantičnom tišinom i filmskom atmosferom. Pokazali su nam dva lica iste zemlje, različita, ali podjednako upečatljiva.

Četiri dana bila su dovoljna da osjetimo duh Češke, ali nedovoljna da se zasitimo svega što nudi. Nadamo se da će nam se želja sa Karlovog mosta, da se opet vratimo u Prag, zaista i ispuniti. I dok pišem ovaj tekst, vraća se miris toplog, pečenog trdelnika, pogled na Karlove Vari sa Dianinog vidikovca, kao i zvuk koraka po kamenim pločama Starog grada, mali detalji koji ostaju dugo nakon što se putovanje završi. ●





Prag i Karlovi Vari

TWO STORIES, ONE TRIP

Four-day trip through the Czech Republic took us from the historical, picturesque Prague to the tranquil and elegant Karlovy Vary. Two completely different cities, each one leaving a special trace. Prague, with its bridges, museums and the energy of an ancient European centre, and Karlovy Vary with its tranquillity, architecture and atmosphere reminiscent of romantic movie scenes.

Written by: **TEODORA ĐURNIĆ**

Photo: **PRIVATE ARCHIVE
DEPOSITPHOTOS**



VLTAVA RIVER AND CHARLES BRIDGE AT SUNSET IN AUTUMN



CHARLES BRIDGE: It is said that if you touch one of the plaques, you are certain to return to Prague, and if you touch the other one, your wish will come true. Naturally, we took the opportunity to do that.

BETWEEN HISTORY AND ROMANTICS

We started getting to know the Czech Republic walking through **downtown Prague**, where one feels best the combination of history and everyday life. On Staroměstské náměstí (Old Town Square) we were met by the famous Astronomical clock, in front of which, as always, curious visitors gathered. This medieval mechanism, showing the motion of planets and symbolical figures of life remains to be one of the most representative symbols of the city.

From the clock, we moved on towards **Charles Bridge**. Its stone, bronze sculptures and the view of the Vltava reminded us why this bridge is one of the symbols of Prague. Despite big crowd, we managed to approach the statues which carry special

symbolism. The most famous are relief plaques on the sculpture of St. John Nepomuk, one depicting his fall into the Vltava, and the other one a dog which symbolizes faithfulness. It is said that if you touch one of the plaques, you are certain to return to Prague, and if you touch the other one, your wish will come true. Naturally, we took the opportunity to do that.

During our tour, we made a brief stop at the famous **restaurant "Louvre"**, one of the oldest and most representative cafés of Prague. Opened in 1902, this place was once a meeting place of great thinkers, like **Albert Einstein** and **Franz Kafka**, who would spend their time there conversing and writing.

Behind historical façades and stone streets, Prague hides its more modern side. One of the best examples of is the **Dancing House**, an architectural jewel which looks like a wave amongst the surrounding buildings. Its glass curvatures make it seem in motion, which makes it one of the most photographed modern structures in the city.

Not far from there, in a totally different tone, there is **John Lennon Wall**, a symbol of freedom, peace and art. Once an ordinary wall, it is nowadays a graffiti gallery, with messages and drawings that change almost every day because the tourists and the locals leave their messages there on a daily basis. The wall lives like a place of protest, love and creativity and never looks the same.



KARLOVY VARY

Particularly interesting was another modern tourist attraction, **rotating Kafka's head**, a huge metal sculpture which assembled and disassembled while in motion. This combination of technology and art, dedicated to Franz Kafka, seems almost hypnotising and reflects perfectly modern spirit of Prague.

MUSEUM TRAIL

We also experienced Prague through its museums, which present the city in a completely different way from the walks and city squares. In the **National Museum**, we walked through spacious galleries dedicated to the development of life culture and history of the city. The exhibits took us from the earliest periods, through the middle ages up to the modern-day Prague, and numerous sculptures and models told us stories of the people who shaped the city →



Trdelník – sweet spit cake made of yeast dough roasted over the fire, sprinkled with sugar, walnuts or cinnamon, filled with chocolate,



KARLOVY VARY



SHASHLIK - GRILLED INSIDE A BREAD CRUST, SERVED IN A SMALL CERAMIC BOWL

AND WHILE I AM WRITING THESE LINES, I CAN SMELL WARM GRILLED TRDELNIK, I CAN SEE THE VIEW OF KARLOVY VARY FROM DIANA OBSERVATION POINT, AS WELL AS HEAR THE SOUND OF FOOTSTEPS ON THE STONE TILES OF THE OLD TOWN, SMALL DETAILS WHICH REMAIN LONG AFTER A TRIP IS FINISHED.

through centuries. Spacious halls, with high ceilings and big windows, provided a special experience, thus the tour seemed like being in a time-machine.

In the **Franz Kafka Museum**, the atmosphere was completely different, more intimate, darker and deeply introspective, just like Kafka's works. The Museum took us through fragments of his life: manuscripts, photographs, personal letters and symbols from his novels. With audio and visual effects, the space is organized in such a way that a visitor is in traduced to the ambience of Kafka's inner fight, his obsession and fascination with Prague.

CZECH CUISINE – RICH AND VERSATILE, SATIATING AND TRADITIONAL

Prague has also captivated us with its traditional Cyech cuisine. We tried the famous **Czech goulash**, thick, rich and aromatic, served with soft dumplings. Such a perfect dish went perfectly with properly cooled **Pilsner Urquell**, pride of their beer tradition. On **Staroměstské náměstí** we also found seasonal stands with **Prague ham**. A big piece of meat turns slowly over the fire; it gets sliced on the spot and put inside crusty bread. Simple, yet, delicious, and judging by the people queuing up patiently, it is clear that

it is one of the favourite foods among tourists.



DIANA TOWER IN KARLOVY VARY

And finally, the unavoidable **Trdelník** – sweet spit cake made of yeast dough roasted over the fire, sprinkled with sugar, walnuts or cinnamon, filled with chocolate, to be found on every street corner. Warm and aromatic, it was a perfect little delicacy to have during our tour.

KARLOVY VARY – ROMANTIC PEARL AMONG THE CZECH HILLS

We dedicated one day to Karlovy Vary, a city which left a special impression on us. This is the best-known Czech spa-city, recognizable by its numerous thermal springs the water from which is used for treatment and relaxation. **The streets, pastel-coloured façades and tranquillity along the Tepla river seemed almost movie-like, as a scene from a romantic movie.** We strolled through the colonnades, tried warm

mineral water and enjoyed the atmosphere of the city which has its slower and more elegant rhythm. The path took us to **Diana observation point**. The funicular went through the forest, and the view from the top revealed Karlovy Vary in its full beauty: the city in the valley surrounded by hills and winding footpaths. We had **shashlik** for lunch, grilled inside a bread crust, served in a small ceramic bowl. Inside the crunchy crust there was a combination of juicy beef and pasta - simple, delicious and perfectly merged with the ambience of the city.

TILL OUR NEXT VISIT

The Czech Republic exudes special beauty in autumn. Prague, with its history, bridges and vibrant urban rhythm, and Karlovy Vary, with romantic tranquillity and movie-like atmosphere. They showed us two distinct faces of the same country, different, yet equally stunning.

Four days were enough for us to feel the spirit of the Czech Republic, but insufficient to have enough of everything on offer. We hope the wish we made on Charles Bridge, to return to Prague, is really going to come true. And while I am writing these lines, I can smell warm grilled trdelnik, I can see the view of Karlovy Vary from Diana observation point, as well as hear the sound of footsteps on the stone tiles of the Old Town, small details which remain long after a trip is finished. ●



Srećni praznici



HOTELI/HOTELS

ADRIA, Budva, +382 (0) 33 680800

AKVAMARINE, Budva +382 (0) 69 599299

ALBATROS, Ulcinj +382 (0) 30 423263

ALLURE PALAZZI KOTOR BAY HOTEL BY KARISMA, Kotor

AMAN, Sveti Stefan +382 (0) 67 203444

AMBASADOR, Podgorica +382 (0) 20 272233

AMI, Petrovac +382 (0) 67 258716

APART HOTEL PREMIER, Podgorica +382 (0) 20 406520

ARIA, Podgorica +382 (0) 20 872570

ASTORIA MONTENEGRO,

AUREL, Podgorica +382 (0) 78 113333

BELVI, Bečići +382 (0) 33 425100

BEST WESTERN HOTEL ŠUMADIJA, Beograd +381 (0) 11 3514255

BEST WESTERN PREMIER HOTEL MONTENEGRO, Podgorica +382 (0) 20 406520

BG CITY HOTEL, Beograd +381 (0) 11 6686805

BIANCA RESORT&SPA, Kolašin +382(0) 20 863000

BOJATOURS, Podgorica +382 (0) 20 621153

BUDVANSKA RIVIJERA HG, Budva, +382 (0) 33 451640

BUTIK HOTEL VISSI D"ARTE, Budva, +382 (0) 33 692525

CASA DEL MARE, Herceg Novi +382 (0) 69 700702

CROWNE PLAZA, Podgorica, +382 (0) 68 875202

CRYSTAL, Petrovac +382 (0) 33 422100

BOŽIĆ, Indija +381 (0) 21 6420414

BRILE, Kolašin +382 (0) 20 865021

ČILE, Kolašin +382 (0) 20 865039

DANICA, Petrovac +382 (0) 33 46204

DELFIN, Bijela +382 (0) 31 683093

DUKLEY GARDENS, Budva +382 (0) 69 170000

DURMITOR, Žabljak +382 (0) 52 360206

EMINENT, Podgorica +382 (0) 20 664545

FORZA LUX, Kotor +382 (0) 33 333500

FRANCA, Bijelo Polje +382 (0) 50 433442

FRANCA, Bar +382 (0) 30 55 920

FRANCA, Pljevlja +382 (0) 77 300067

HYATT REGENCY KOTOR BAY RESORT, Kotor +382 (0) 32 311200

HAUS FREIBURG, Ulcinj +382 (0) 30 403008

HILTON PODGORICA, Podgorica, +382 (0) 20 443443

HOLEGRO, Ulcinj +382 (0) 30 423483

HOTEL RAMADA, Podgorica +382 (0) 20 622623

HOTEL RESORT RUŽA VJETROVA, Dobra Voda, Bar +382 30 306000

HOTEL VUČKO, Jahorina, +387 (0) 57 206 300

HTP BOKA, Herceg Novi +382 (0) 31 346075

HTP KORALI, Bar +382 (0) 30 313070

HTP PRIMORJE, Tivat +382 (0) 32671277

HUMA, Kotor +382 (0) 32 690 200

IMANJE KNJAZ, HOTEL RESTORAN, Podgorica +382 63 234567

IMPERIAL, Bar +382 (0) 30 455288

INSTITUT SIMO MILOŠEVIĆ, Igalo +382 (0) 31 658111

KALAMPER HOTEL & SPA, Bar +382 (0) 68 333833

KERBER, Podgorica +382 (0) 20 405405

KOSTAS, Podgorica +382 (0) 20 610100

KRALJEVI ČARDACI SPA, Kopaonik +381 (0) 36 428558

LAGUNA HOTEL & RESTORAN, Podgorica +382 (0) 67 614777

LA ROCHE HOTEL, Tivat +382 (0) 32 662 881

LAZURE HOTEL & MARINA, Herceg Novi +382 (0) 69 360570

MAJESTIC, Budva +382 (0) 67 897868

MAESTRAL RESORT & CASINO, Pržno +382 (0) 67 600 934

MARSHAL, Nikšić +382 (0) 67 065065

MERIT STARLIT HOTEL & RESIDENCE, Budva

MB TURIST, Žabljak +382 (0) 52 361601

MONTE CRISTO, Kotor, +382 (0) 32 322458

MIR, Zlatibor, +381 (0) 69 5205001

HOTEL MONA PLAZA, Beograd +381 (0) 11 4004 295

ONE&ONLY PORTONOVI, Herceg Novi +382 (0) 31 691 100

ONOGOŠT, Nikšić +382 (0) 40 243608

PALAS, Mojkovac +382 (0) 69 031385

PALAZZO RADOMIRI, Kotor +382 (0) 32 333172

PALMON BAY, Igalo +382 (0) 31 332442

PERJANIK, Danilovgrad +382 (0) 20 813130

PODGORICA, Podgorica +382 (0) 20 402500

PRINCESS, Bar +382 (0) 30 300100

RAMADA, Podgorica +382 (0) 20 622-623

REGENT PORTO MONTENEGRO, Tivat 382 (67) 28 27 86

RIVIJERA, Petrovac +382 (0) 33 422100

SAVOJO, Buljarica +382 (0) 67 672044

SENTIDO TARA, Bečići +382 (0) 33 404196

SOKOLINE, Ostrog, +382 (0) 69 011444

SPLENDID, Bečići

SPLENDIDO, Prčanj +382 (0) 32 301700

STARA ČARŠIJA RESORT & SPA, Stari Bar +382 (0) 68 806646

SVETI NIKOLA APARTMANI, Kotor +382 (0) 69 237288

SVETI NIKOLA, Kotor +382 (0) 69 429109

SWISSOTEL RESORT KOLAŠIN, Kolašin +382 (0) 20 801001

THE LONG BEACH HOTEL MONTENEGRO, Ulcinj

THE QUEEN OF MONTENEGRO, Bečići +382 (0) 33 662662

TREBJESA, Nikšić +382 (0) 40 731144

TRE CANNE, Budva +382 (0) 69 019999

UDRUŽENJE HOTELIJERA I RESTORATERA CRNE GORE

UDRUŽENJE MALIH HOTELA

VARDAR, Kotor +382 (0) 32 325084

VILLA GEBÄ, Sveti Stefan +382 (0) 68 042817

VUKOV MOST, Nikšić +382 (0) 40 257131

XANADU, Zelenika +382 (0) 31 684666

ZIYA, Podgorica +382 (0) 67 229000

ZLATIBOR MONA, Zlatibor +381 (0) 31 841021

ZLATNIK, Beograd +381 (0) 11 3167511

ŽABLJAK, Žabljak +382 (0) 77 400190

WIND ROSE RESORT 4*, Bar

WULFENIA, Kolašin +382 (0) 20 863320

UGOSTITELJSKI OBJEKTI/ HOSPITALITY FACILITIES

21 MNE URBAN BISTRO, Podgorica +382 (0) 69 888222

ALMARA BEACH CLUB, Oblatno, Tivat

AL POSTO GIUSTO, Porto Montenegro, +382 (0) 69 101800

AMFORA, cafe, Podgorica +382 (0) 69 472658

AMICI, kafeterija, Nikšić

ARENA, cafe bar, Bečići

ASTORIA RESTORANI

ATRIUM, galerija rest., Kotor +382 (0) 32 322439

AURA BEACH, Tivat +382 69 514465

BAHUS, rest. - vinoteka, Podgorica

BAJOVA KULA, Kotor

BAR 49, Podgorica +382 (0) 20 223 324

BARAKUDA, rest., Ada Bojana +382 (0) 67 817295

BASTION, restoran, Kotor

BB, restoran, Bar

BLANCHE, restoran, Pržno

BLUE RIVER TARA KOMPLEKS, Plužine, Ščepan Polje +382 (0) 67 404303

BOCASA (BEACH & RESTAURANT), Kamenari, +382 (0) 67 600973

BONELA GREEN BAZAR, Podgorica, +382 (0) 68 024646

BONITA, pizzeria, Kotor

BONSAI FRESH MARKET&BAR, Podgorica, +382 (0) 67 170681

BYBLOS I SHISHA LOUNGE, Podgorica +382 (0) 67 311 342

ROYAL, cafe bar i plaža, Bar

CAFFE DEL MARE, cafe restoran, Kotor +382 (0) 32 333051

CAFFÈ VERGNANO, Porto Montenegro, Tivat

CAFFE BAR "CAFFINITY", Podgorica

CASTELLA, snack bar pizz., Budva +382 (0) 33 454859

CESARE, café-bar, Kotor

CIOCCOLATITALIANI, Podgorica +382 69 685 000

COPACABANA, Ulcinj

CRUSH, Porto Montenegro, +382 (0) 67 260614

CUBA, cafe bar, Petrovac

ČAROLIJA, poslastičarnica, Podgorica +382 (0) 67 817200

ČATOVIĆA MLINI, restoran, Morinj +382 (0) 32 373030

DIAMOND, night club, Nikšić +382 (0) 67 399924

D LIRIO RESTAURANT BAR, Tivat +382 69 513467

DONNA KOD NIKOLE, restoran, Budva

DUKLEY BEACH LOUNGE, Budva +382 (0) 69 160000

DURANTE, Ulcinj +382 (0) 30 373701

DURMITOR, rest. - motel, Žabljak +382 (0) 50 488111

DURMITOR, eko selo, Trsa, Piva +382 (0) 67 839358

DARDIN, restoran, Perast +382 (0) 67 221219

ECO RESORT PLAVNICA, Golubovci +382 (0) 69 013330

EKO KATUN, Kolašin +382 (0) 20 860150

ELLAS, restoran, Kotor +382 (0) 32 335115

ELIT LOUNGE RESTAURANT AND BAR, Podgorica +382 (0) 67 866222

EMPORIO CLUB, Budva

ETNO SELO MONTENEGRO, Brezna +382 (0) 67 209049

URBAN CAFFE, Ulcinj +382 (0) 69 332 998

FINESTRA WINE BAR & SHOP, Luštica

FOREST, cafe restoran, Nikšić +382 (0) 40 213766

FORZA, poslastičarnica, Kotor

HEDON 88 BISTOR & PUB, Podgorica +382 (0) 67 238811

GAETA,

Cetinje

GALION,

rest., Kotor +382 (0) 32 325054

GARDEN RESTORAN & PIZZERIA,
Podgorica+382 (0) 67 265066

GIARDINO,

pub, Herceg Novi +382 (0)69 403 933

GIARDINO,

restoran, Reževići +382 (0) 69 019555

GRISPOLIS,

restoran, Tivat +382 (0) 69 357657

HACIJENDA,

Latino bar, Budva

HERITAGE BESAC,

Virpazar, +382 (0) 69 329888

HIGO RESTAURANT & LOUNGE,

Ulcinj +382 (0) 68 4455 77

IZVOR,

rest., Sutomore +382 (0) 30 373821

JADRAN - KOD KRSTA,

restoran, Budva

JAVOR, NAC. RESTORAN PANSION,

Žabljak +382 (0) 69 014385

JAVOROVAČA,

rest., Žabljak +382 (0) 69 020701

JEZERO,

rest., Podgorica +382 (0) 67 619603

KALAMPER,

apartmani, Bar +382 (0) 69 333833

KAPETANOVA KONOBA,

Rafailovići

KARAMPANA,

Kotor +382 (0) 69 045223

KNJAŽEVA BAŠTA,

restoran, Bar

KOLIBA,

konoba, Bogetići +382 (0) 40 200704

KONAK,

restoran, Cetinje +382 (0) 41 761011

KRUŠO,

konoba, Herceg Novi

KULA,

konoba, Bar +382 (0) 30 341717

L' ANGOLO,

rest., Podgorica +382 (0)67 416511

LA ESQUINA,

cafe rest., Bar +382 (0) 68 301130

LAGUNA,

restoran, Podgorica

LUPO DI MARE,

rest., Podgorica +382 (0) 67 909299

LOUNGE BAR YACHT

CLUB WINE O' CLOCK,

Meljine +382 (0) 69 507708

MAREZA,

rest., Podgorica +382 (0) 20 281009

MARUŠKA KONOBA,

Podgorica +382 (0) 67 659999

MAYKA BY ETNO SELO MONTENEGRO,

Podgorica +382 (0) 69 486806

MEATING POINT,

Podgorica +382 (0) 67 267941

MEDITERRANEO,

konoba, Petrovac +382 (0) 33 401612

MOGREN I,

plaža i plažni restoran, Budva

MOMČILOV GRAD,

restoran, Žabljak +382 (0) 67 383662

MONT CARLO,

rest., Herceg Novi +382 (0) 31 674181

MONTFISH,

Tivat, +382 (0) 32 670250

MOVIDA BEACH,

Tivat, +382 (0) 63 222011

MTV,

picerija, Petrovac

NACIONALE,

restoran, Cetinje +382 (0) 41 234 851

NAUTILUS,

café - bar, restoran, Igalo

NIK GOLD PIVNICA,

Budva +382 (0) 33 452815

NK PUB,

Nikšić

ONE RESTAURANT

Porto Montenegro, +382 (0)67 486 045

OLD FISHERMAN'S PUB

Budva, +382 (0) 68 000680

O SOLE MIO,

restoran - pizzeria, Budva

P.C. ATRIJUM,

Nikšić

PANINI,

Petrovac

PARADISO,

restoran, Utjeha, Bar +382 (0) 67 854444

PEOPLE'S BEACH BAR,

Igalo +382 (0) 68 249239

PER SEMPRE,

rest., Podgorica +382 (0) 20 220066

PG AKADEMIJA,

rest., Podgorica +382 (0)67 661777

PICADO KLUB,

Podgorica +382 (0) 20 622226

PIERRE CHAMPAGNE BAR & WINE SHOP,

Podgorica +382 (0) 69 575000

PLANET,

cafe bar, Bar

POD MURVOM,

restoran, Bečići

POLO,

pizzeria, Bar +382 (0) 30 317414

PORTO,

Budva +382 (0) 69 025850

PORTO,

Podgorica +382 (0) 63 223303

PORTOBELLO,

cafe - bar, Kotor

PORTUN,

restoran Nikšić

POSTLASTIČARE FONTANA,

Nikšić

PREMIER,

café - bar, Podgorica

REGINA,

Tivat

RESTORAN DEDOVINA,

Podgorica, +382 (0) 68 333 339

RESTORAN MEAT,

Podgorica, +382 (0) 67 315980

RESTORAN 100 MANIRA

Podgorica +382 (67) 126677

RIBAR,

konoba, Kostanjica +382 (0) 32 373053

RIBARSKO SELO,

Žanjice

RIBNICA,

rest. Podgorica +382 (0) 20 210 600

RIČARDOVA GLAVA,

restoran - plaža, Budva

RISAN,

rest., Risan +382 (0) 32 371 805

RIVERSIDE RESTORAN,

Nikšić, +382 (0)67 9188323

SAILOR,

restoran, Žanjice +382 (0) 69 267220

SALON PRIVÉ,

Tivat, +382 (0) 68 234040

SAMBA,

restoran, Bar

SAN REMO,

restoran picerija, Rožaje

SAVARDAK,

nac. rest., Kolašin; +382 (0) 69 051264

SAVOIA,

cafe rest., Bar +382 (0) 69 656503

SICILIA,

italij. pekara i pizzeria, Podgorica

SKALA SANTA,

konoba, Kotor

SKI VILLAGE,

rest. & bar, Kolašin, +382 (0) 67 65900

SPORT CLUB,

Podgorica

STARA VAROŠ,

cafe bar, Žabljak

STARI GRAD,

restoran, Kotor +382 (0)68 322 025

STEAKHOUSE GRILL, FISH & MEAT,

restoran, Podgorica +382 (0) 68 825956

SVERA,

konoba, Tunjevo +382 (0) 69 484442

TAG,

cafe bar, Cetinje +382 (0) 67 666982

TAJSON,

cafe bar, Rožaje

TAPAS BAR LAS RAMBLAS,

THE KNIFE SIGNATURE RESTAURANT,

Ulcinj +382 (0) 69 215213

THE OLD FISHERMANS CLUB,

pizzeria, Budva +382 (0) 69 555347

TRAMONTANA,

cafe pizz-, Morinj +382 (0) 68 800070

TRATTORIA GIARDINO,

restoran, Podgorica

TRI ŠEŠIRA,

rest., Pljevlja +382 (0) 68 049686

TROJA,

restoran Tuzi, +382 (0) 69 051495

TRPEZA,

konoba, Kotor, +382 (0) 69 345290

TURIST,

cafe pizz., Bar +382 (0) 67 314777

VELVET COCKTAIL KLUB,

Podgorica

VENOM,

pizz., Podgorica +382 (0) 20 238237

VERIGE 65,

Kotor +382 (69) 65 65 75

VIDIKOVAC,

rest., Herceg Novi +382 (0) 31 345277

VISTA VIDIKOVAC,

Budva +382 (0) 69 180180

VOLPINO,

Beograd +381 (0) 62 390290

ZELENI GAJ,

cafe bar, Budva

CAFFE MOZART,

Stari grad, Budva +382 (0) 69 101789

■

**BRENDOVI, PROIZVOĐAČI/
BRANDS, PRODUCERS**

ALEKSANDROVIĆ, VINARIJA,

Oplenc, Srbija

ALEKSANDRIJA,

Herceg Novi

AQUA VIVA

Herceg Novi

ARTCAFE,

Podgorica +382 (0) 67 665511

BAMBI

BAMBI - VODA "DUBOKA"

Podgorica +382 (0) 69 060171

BAMBOOS,

Podgorica +382 (0) 69 060171

BIBICH WINERY,

Skradin, Hrvatska

BRUNOCAFFE,

Podgorica +382 (0) 67 544688

CARLSBERG SRBIJA

CASA DE PUROS,

Podgorica, +382 69 122211

CEDEVITA,

Zagreb

COCA-COLA,

Hrvatska

DALMACIJA VINO,

Hrvatska

DALVINA WINERY,

Makedonija

DAMJANIĆ VINARIJA,

Poreč, Hrvatska +385 526 541 20

EVIAN

FARMAN SAPORI (ILLY CAFE),

Kotor +382 (0) 32 323585

FARMA ARGELLA,

Kotor +382 (0) 68 281288

FREIXENET

FRIKOM

FRUCTAL,

Ajdovščina Slovenija

ČUPIČ PAK,

Podgorica +382 (0) 68 686 886

GALIĆ,

Kutjevo, Hrvatska +385 (0) 99 440 0860

HABY DOO,

Zagreb, Hrvatska +385 (0) 99 846 9999

HAUSBRANDT,

+382 20 875773

KABOLA,

Hrvatska, +385 (0) 99 720 71 06

KIMBO CAFFE,

Kamnik, Makedonija

KNJAZ MILOŠ

LEDO

LI'ELLI

Premium brand of Montenegro

MATUŠKO, VINARIJA,

Potomje, Hrvatska +385 (0) 98 428676

MANUEL CAFFE

MARTEX,

VINA PEŠIĆ-DNV WINES D.O.O.,
Beograd (Barajevo), Srbija

VODA VODA,

VLADO BEAUTY BAR,

VINARIJA VELIMIROVIĆ
Danilovgrad +382 (0) 69 077180

ZVONKO BOGDAN VINARIJA,
Srbija www.vinarijazvonkobogdan.com

YATKO.BBQ
Crna Gora +382 (0)67 519278

DISTRIBUTERI, ZASTUPNICI/ DISTRIBUTORS, REPRESENTATIVES

ATLAS MARINE,
+382 (0)69 753663

BALEVIĆ TRADE,
Budva +382 (0) 33 452686

BAR KOD,
Podgorica

BAR TRADE,
Bar +382 (0) 67 507120

BARISTA Kafa,
Nikšić +382 (0) 68 261207

BERBA,
Porto Montenegro +382 (0)67 333 855

CG EX MIRAGE,
Petrovac

CITY MODA,
Podgorica +382 (0) 20 451972

COMPANIA DE VINOS MONTENEGRO,
Morinj, + 382 (0) 69 507708

DAR KOZMETIKA,
Beograd +381 (64) 646148198

DI BAR,
Budva +382 (0) 33 454104

DESTILERIJA ZARIĆ,
Podgorica +382 67 175 175

DMD DELTA,
Podgorica +382 (0) 67 060670

DULW D - TRADE,
Podgorica +382 (0) 20 608 055

ECCOLO,
Budva +382 (0) 33 454624

EFEL MOTORS,
Podgorica +382 (0) 20 210910

ENIGMA COMPANY,
Nikšić +382 (0) 68 830803

ENERGY STAR INTERNATIONAL D.O.O.,
Podgorica +382 (0) 20 237101

ENTER DOO,
Podgorica +382 (0) 20 642211

ES SYSTEM K BALKAN,
Podgorica, Bul. Džordža Vašingtona 98/III

G3SPIRITS,
Podgorica, +382 (0) 20 291030

HORECA EXPO,
Beograd +381 (0) 11 3447125

HELADA - MONT,
Nikšić +381 (0) 32 331630

INTER SPIRITS DOO
Podgorica +382 (0) 69 041555

JELA KOMERC,
Rožaje +382 (0) 51 278605

JELA PLUS,
Dubrovnik +385 (0) 20 456220

LAMEX COMMERCE,
Podgorica +382 (0) 20 247308

LIPOVAC VINARIJA,
Cetinje +382 (0) 67 216766

MAPRENAT,
Tivat +382 (0) 32 684510

MONTE JEWELRY & WATCHES,
Podgorica +382 (0) 20 665131

MONTECCO INC,
Danilovgrad +382 (0) 20 883459

MONTEFINO WINE DOO,
Bar +382 (0) 69 236008

M-G TRADE,

Podgorica 382 (67) 33 35 40

OFFICE CENTAR,
Podgorica +382 (0) 20 626451

ORBICO DOO,
Cetinje +382 (0) 41 232164

ORIGINAL TEAM,
Kruševac +381 (0) 69 3011983

PG PAK,
Podgorica 382 (0) 68 880211

PLUS D.O.O.,
Podgorica +382 (0)20 875773

PRIMANOVA DOO,
Bar +382 (0) 69 715 714

RUSTORG MONTENEGRO DOO,
Bar +382 (0) 67 363585

SAO CAFE,
Nikšić +382 (0) 67 270333

STADION DOO,
Podgorica +382 (0) 627379

ŠKORPION D.O.O.,
Herceg Novi +382 (0) 31 335115

TAŽEX,
Herceg Novi +382 (0) 31 678225

TIME JEWELRY & WATCHES,
Podgorica +382 (0) 20 664864

TIKVEŠ
Sj. Makedonija +389 2 3181702

VABCOM,
Podgorica, +382 (0) 67 024005

VITIS D.O.O.,
Podgorica +382 (0) 67 494583

VOLI MOTORS,
Podgorica, +382 (0) 20 445065

WBD DOO,
Podgorica, +382 (0) 69 212323

WEST PIONT,
Podgorica, +382 (0) 344788

KOMPANIJE/COMPANIES

A.D. MARINE,
Bar +382 (0) 30 313906

ABN TRADE CRNA GORA
+382 (0) 31 322205

AD CENTRO JADRAN,
Bar +382 (0) 30 346341

AGENCIJA "FABRIKA"
Beograd

AIR MONTENEGRO,
Podgorica

ALO TAXI,
Podgorica 19700

ALLEGRA KRSTARENJA,
Bar +382 (0) 67 641164

ALK REAL ESTATE,
Beograd +381 62 602035

AQGT IMPORT & EXPORT,
Podgorica +382 (0) 63 243137

ART BETON,
Podgorica +382 (0) 67 222 021

ARTE DOLCE,
Budva +382 (0) 33 459259

AXIS CONSTRUCTION,
Bar +382 69 720 720

BALLOON,
Kotor +382 (0) 32 323030

BAR KOD SHOP PARFIMERIJE,
Podgorica

BEAUTY SALON ROSE,
Podgorica +382 (0) 69 111 925

BEOGRADSKI SAJAM TURIZMA,
Beograd, +381 (0) 63 477430

BONESA,
Bar +382 (0) 30 346250

CAPITAL PLAZA,
Podgorica +382 (0) 67 023223

CACAO BEAUTY CENTER,
Podgorica +382 (0)69 338898

CER STYLE,

Podgorica, +382 (0) 68 834834

CEROVO,
Bar +382 (0) 30 550500

COGIMAR,
Ljuta-Kotor

COMP - COMERC,
Nikšić +382 (0) 40 218746

COMPANY „VIGO”,
Kotor +382 (0) 67 544933

CONCORDIA COMMERCE,
Ulcinj +382 (0) 30 411206

COSMETICS MARKET,
Podgorica +382 69 301126

CRNOGORSKI TELEKOM,
Podgorica 1500

ČATIĆ COMPANY,
Prijeopolje +381 (0) 33 771420

DELTA CITY,
Podgorica +382 (0) 68 878637

DIRECT MARKET CONSULTING,
Podgorica +382 (0) 69 066270

DISPLAY,
Bar +382 (0) 30 316710

ELEKTROPRIVREDA CRNE GORE,
Podgorica 19100

ESTERA,
Bar +382 (0) 30 340523

EXPONAT,
Kotor +382 (0) 32 302584

FOTO BONI,
Podgorica +382 (0) 20 667505

FOTO RIVA,
Podgorica +382 (0) 20 667620

GARDAŠEVIĆ PREVOZ,
Nikšić +382 (0) 40 214382

GARDEN LUX D.O.O.,
Nikšić +382 (0) 40 218 140

GORANOVIĆ INDUSTRIJA MESA,
Nikšić, +382 (0) 77 400001

GRAFIČKI CENTAR MERCATOR,
Bijelo Polje +382 (0) 50 430444

GRUPPO PALAZZETTI,
Italy +39 0434 922922

HABITAT,
Podgorica +382 (0) 20 228009

HEMKO,
Podgorica +382 (0) 69 308557

HOME MADE,
Porto Montenegro +382 (0) 68 889050

IMPERIJAL SHOPPING CENTAR,
Bijelo Polje + 382 (0) 50 478601

INSTITUT SIGURNOST,
Podgorica +382 (0) 69 591 111

INTERESTA,
Podgorica +382 (0) 20 227484

INTERMOST,
Podgorica +382 (0) 69 020201

INTERSPORT
Nikšić, +382 (0) 40 449610

Podgorica +382 (0) 20 449627

**INVESTICIONO-RAZVOJNI
FOND CRNE GORE (IRF)**
Podgorica

ITR,
Podgorica +382 (0) 20 625912

JADRANSKI SAJAM,
+382 (0) 33 410410

KAMINI DRAGOVIĆ,
Radanovići, Kotor +382 (0) 69 308545

KAPILOGOS,
Budva +382 (0) 69 219 403

KARISMA HOTELS & RESORTS

K&M SISTEM,
Nikšić +382 (0) 77 272722

K2, RAFTING KLUB,
Nikšić +382 (0) 40 213431

KINGS,
Podgorica +382 (0) 20 624625

KOPRIVICA ROSOL COMERC DOO

Podgorica +382 (0) 67 527098

KOZMETIČKI SALON MARINA,
Podgorica +382 (0) 63 488128

L-DEMA DOO,
Podgorica +382 (0) 67 147260

LF SPA,
Italija +39 0547 341257
Hrvatska +385 98 9278668

LUK-TRADE,
Podgorica +382 (0) 30 316710

LUKOIL MONTENEGRO,
Podgorica +382 (0) 20 219415

LUNATEX,
Bijelo polje, +382 (0)69 975518

LUŠTICA BAY,
www.lusticabay.com

LOVČENI OSIGURANJE AD

**LJETOPIS AUTOMOTIVE DOO
(MERCEDES-BENZ)**,
Podgorica +382 (0) 67 660660

MAESTO LINE,
Podgorica +382 (0) 67 660660

MALL OF MONTENEGRO,
Podgorica +382 (0) 20 625314

MARINA SV. NIKOLA,
Bar +382 (0) 30 313911

MARINA TORTE,
Podgorica +382 (0) 69 021557

MEGA CONCEPT,
Srbija +381 113085405

MERCATOR-CG,
Podgorica +382 (0) 80 080 080

METROPOLIS,
Podgorica

MG TRADE,
Tuzi, Podgorica; +382 (0) 67 333540

MIKEL F-DIAMOND CENTER,
Podgorica

MONTEFISH,
Nikšić, +382 (0) 32 675250

MONTE ELITE TRANSFERS,
Podgorica +382 (0) 69 874744

MONTENEGRO PETROL,
Podgorica +382 (0) 20 623 900

MONTE SWISS,
Bar +382 (0) 69 531447

AIR MONTENEGRO,
Podgorica +382 (0) 20 201201

MONTENEGRO BUSINESS ALLIANCE,
+382 (0) 20 622728

MONTE VINO,
Internacionalni salon vina,
Podgorica, +382 (0) 67 569034

M TEL,
Kralja Nikole 27-a, Podgorica

MUZIČKI CENTAR CRNE GORE,
Podgorica +382 (0) 68 535362

MX D.O.O.,
Podgorica +382 (0) 67 454545

NALL GRUPA,
Podgorica + 382 (0) 20 280030

NLB BANKA A.D.,
Podgorica +382 (0) 20 402006

NUTINY HOUSE,
Podgorica +382 (0) 67 138236

OCTOPUS DOO,
Bar +382 (0) 69 622243

OFTALENS,
Podgorica +382 (0) 20 601905

ONE&ONLY PORTONONI
HERCEG NOVI +382 (0) 67 177298

OKI AIR TRAVEL,
Podgorica +382 (0) 20 201 201

OLIO PROM,
Bar +382 (0) 30 342304

OPTIKA MN,
Podgorica +382 (0) 68 579 579

OPUS 3,
Podgorica +382 (0) 20 642144

PADELLA,
Tivat +382 (0) 32 673560

PACO MONTE,
Danilovgrad +382 (0) 20 810050

PAK CENTAR,
Bijelo Polje, +382 (0) 69 166066

PAM
Podgorica +382 (0) 20 291035

PANVEL,
Podgorica, +382 (0) 68 816834

PERFECT GROUP,
Podgorica +382 (0) 20 205065

PINGVIN,
Kotor +382 (0) 69 050529

PORTO MONTENEGRO,
Tivat +382 (0) 32 674660

PORTONNOVI RESORT,
Herceg Novi +382 (0) 31 355375

PRINC - MONT,
Ulcinj +382 (0) 30 413202

PRIVREDNA KOMORA CRNE GORE
Podgorica

PRIVREDNA MREŽA BALKANA,
Beograd +382 (60) 30 45 600

RENAULT ALLIANCE,
Cetinjski put bb, Podgorica

ROKSPORT,
Herceg Novi +382 (0) 31 350280

ROYAL STUDIO,
Podgorica +382 (0) 20 240286

SALON VJENČANICA MISS BOHANA,
Nikšić +382 (0) 69 784776

SIŠI,
Kotor +382 (0) 32 322060

SKIJALIŠTA CRNE GORE

SMART GYM-DJEČIJI FITNESS CENTAR,
Podgorica +382 (0) 63 843001

SMART VISION D.O.O.,
Beograd, Srbija +381 (0) 11 6300753

SMIRA MARINE,
Herceg Novi

SMRČAK,
Podgorica +382 (0) 20 280719

SOCIETE GENERALE MONTENEGRO,
Podgorica, +382 (0) 67 252123

SOHO CITY,
Bar, +382 (0) 67 002233

STUDIO SYNTHESIS,
Podgorica +382 (0) 20 228083

SYRUPS,
Podgorica +382 (0) 68 008337

TECE,
Zagreb +385 91 2 8323 12

TECHOCOOLING,
Bolonja, Italija +385 (0) 91 941 0807

ONE,
Podgorica 1188

TIM KOP,
Podgorica +382 (0) 20 606450

TUYAP FAIR
Istanbul/Turkey

VAPOR,
Podgorica +382 (0) 20 262107

VIRAGE,
Podgorica +382 (0) 67 205 010

VILLAMONTE,
Danilovgrad +382 067 633 818

VOLI TRADE,
Podgorica +382 (0) 20 445000

V & B INVEST,
Podgorica; +382 (0) 67 322111

WATER GROUP,
Kolašin, +382 (0) 67 645 317

WAVEMAKER
+381603011692

VENETA PLAMEN,
Podgorica, +382 (0) 69 661140

ZLATARA BALTEZ,
Bar +382 (0) 67 540552

ZEREN MOTORS,
Podgorica, +382 (0) 69 222 422

ZLATARA MIKEL F,
Podgorica +382 (0) 20 230097

ZLATARA ONYX,
Budva

ZLATARA VERA,
Nikšić +382 (0) 67 890880

WAS DESIGN DOO
Podgorica +382 (0) 67 312980

WOW MONTENEGRO TV
Podgorica

—

OPREMANJE/EQUIPPING

ADRIATEX KONFEKCIJA ,
Bijelo Polje +382 068 051-963

AL GALLERY,
Podgorica +382 (0) 20 225776

ARTI HOME CENTAR,
Bar

ATENA BOHOR,
Budva +382 (0) 33 456280

AUDIO DREAM,
Podgorica +382 (0)67 824782

AV OPREMA,
Kotor +382 (0) 68 042157

BC INŽENJERING,
Nikšić, +382 (0) 40 252266

CERCAMP DOO,
Ul Marka Radovića 14. Podgorica

CONCORDIA COMMERCE,
Ulcinj +382 (0) 69 461 089

ČIKOM,
Podgorica +382 (0) 20 227114

ČILIMARA,
Podgorica +382 (0) 67 051 336

ČISTO,
Podgorica +382 (0) 67 660077

CUBICO,
Podgorica +382 (0) 20 228181

CUNGU & CO,
Ulcinj +382 (0) 30 401064

DAKOM,
Podgorica

DELIGHT OFFICE SOLUTION,
Podgorica +382 (0) 67 254054

DD WELNESS SOLUTIONS,
Novi Beograd; +381 (0)11 3148717

D&J HORECA CENTAR,
Novi Beograd; +381 (0)67 756500

DOGTAŠ EXCLUSIVE
Podgorica, +382 (0) 20 268 242

DR TRADE,
Podgorica +382 (0) 20 261072

DRVOMONT,
Radanovići +382 (0) 69 336 360

EKOPLANT,
Podgorica +382 (0) 20 281010

ENERGOMONT,
PODGORICA +382 (0) 69 069000

ENEXT,
Podgorica, +382 (0) 20 260831

ENZA HOME, SALON NAMJEŠTAJA,
Podgorica, +382 (0) 69 339978

FADIS,
Bar +382 (0) 30 341703

FLEX DECOR
Podgorica, +382 (0) 67 980680

GASTRO GROUP,
Podgorica, +382 (0) 69 871841

GORENJE,
Podgorica +382 (0) 20 251152

HIGIJENA,
Podgorica +382 (0) 20 272405

HORECA CENTAR NEW SPACE,
Podgorica +382 (0) 69 555113

ICECOM,
Podgorica +382 (0) 20 290402

IVNIK,
Podgorica +382 (0) 20 613873

KOVING-M,
Podgorica +382 (0)20 510504

KRAFT,
Podgorica +382 (0) 20 212150

LA GALLERIA,
Podgorica +382 (0) 69 206602

LA DORICA,
Bar; +382 (0) 30 314135

LAMEX DOO,
Podgorica +382 (0) 69 265300

LA MIA CASA,
Podgorica +382 (0) 69 333100

LUMAR,
Podgorica +382 (0) 20 218447

MI-RAI,
Nikšić +382 (0) 40 256123

MONTEx ELEKTRONIKA,
Podgorica +382 (0) 20 255900

MONTORA SOFTWARE,
Podgorica +382 (0) 20 620003

OBJEKTA,
Tivat +382 (0) 67 600603

POLY DEC,
Beograd +381 (0) 11 3540650

PRAKTIS,
Podgorica +382 (0) 69 309553

PROGRES AND CO.,
Nikšić +382 (0) 40 251011

PROMADURA FLOORS,
Bar +382 (0) 30 316136

PROMOTIVE,
Podgorica +382 (0)20 886185

RAKOČEVIĆ RADINOST,
Bijelo Polje +382 (0) 50 433596

RAPEX,
Bar +382 (0) 30 341244

RIBNICA COMMERCE,
Podgorica +382 (0) 20 669318

ROCKY & PISTOLATO,
Podgorica +382 (0) 20 642367

SANITEH D.O.O.,
ZAGREB +385 91 3818139

SANITEKO D.O.O.,
Podgorica; +382 (0) 20 643301

SHOLLEX,
Podgorica +382 (0) 20 206100

SPA MEDICA,
Podgorica +382 (0) 67 835 565

SURFMONT,
Kotor +382 (0) 32 322256

TEHNOBAR,
Podgorica +382 (0) 20 262091

TEHNIKO SYSTEM DOO
Budva, +382 (0) 67 452 001

TELEMONT,
Podgorica +382 (0) 20 511700

TERMIKO,
Herceg Novi +382 (0) 31 342553

TEMAS & LIGHTING
Podgorica +382 (0) 68 088546

UNION DRVO,
Beograd +381 (0)11 3281879

VD COMMERCE DOO,
Podgorica +382 (0) 67 627707

VELUX,
Beograd www.velux.rs

VG GROUP,
Bar +382 (0) 30 341733

VIBACOM,
Herceg Novi +382 (0) 67 629747

VOLCANO KLADIONICE

WINTERHALTER GASTRONOM,
Budva, +382 (0) 69 332225

—

TURISTIČKE AGENCIJE/ TOURIST AGENCIES

DAA MONTENEGRO D.O.O,
Podgorica

FORZA CATTARO,
Kotor +382(0) 32 304068

GOLD TRAVEL
Podgorica +382 (0) 69 025 123

ITAS TRAVEL AGENCY,
Nikšić +382 (0) 40 242202

LONDON BRIDGE NVO,
Nikšić; +382 (0)40/ 242 083,

MAGELAN,
Novi Sad +381 (0) 21 420680

MEMENTO ME MARKETING & COMMUNICATIONS,
Podgorica, +382 (0) 69 383858

MONTENEGRO HOLIDAYS,
Budva +382 (0) 33 402522

MY TRAVEL,
Nikšić +382 (0) 40 220021

NEVIDIO CANYONING,
Nikšić +382 (0) 69 041213

PLANET TOURS,
Podgorica +382 (0) 20 231008

**UDRUŽENJE TURISTIČKIH
AGENCIJA CRNE GORE**

—

TURISTIČKE ORGANIZACIJE I ORGANI UPRAVE/ TOUR- ISM ORGANIZATIONS AND MANAGEMENT BODIES

ATLAS TOURS DOO,
Podgorica +382 (0) 69 014 259

BARSKA PLOVIDBA AD,
Bar +382 (0) 30 311300

DIREKCIJA ZA IZGRADNJU PUTEVA CG,
+382 (0) 20 224493

**NACIONALANA TURISTIČKA
ORGANIZACIJA,**
+382 (0) 77 100001

OKI AIR TRAVEL,
Podgorica +382 67 616 999

OPŠTINA BUDVA,
+382 (0) 33 451451

OPŠTINA ULCINJ,
+382 (0) 30 412413

TO BAR,
+382 (0) 30 311633

TO BERANE,
+382 (0) 51 236 664

TO BIJELO POLJE,
+382 (0) 69 326877

TO BUDVA,
+382 (0) 33 402814

TO CETINJE,
+382 (0) 41 230 250

TO DANILOVGRAD,
+382 (0) 20 816015

TO HERCEG NOVI,
+382 (0) 31 350820

TO AŠIN,
+382 (0) 20 864254

TO KOTOR,
+382 (0) 32 322886

TO MOJKOVAC,
+382 (0) 50 472428

TO NIKŠIĆ,
+382 (0) 40 213262

TO PLJEVLJA,
+382 (0) 52 300148

TO PODGORICA,
+382 (0) 20 673679

TO ROŽAJE,
+382 (0) 51 270158

TO TIVAT,
+382 (0) 32 671324

TO ULCINJ,
+382 (0) 30 412333

UPRAVA POMORSKE SIGURNOSTI,
Bar +382 (0) 30 313240

TO ŽABLJAK,
+382 (0) 52 361802

L'ORÉAL
PARIS

SREĆNI PRAZNICI

ZABLISTAJTE UZ
SVOJE FAVORITE



NAJTRAŽENIJI
POKLON SEZONE.

JER TI TO ZASLUŽUJEŠ.

Uvoznik za Crnu Goru PLUS d.o.o



was-impex

Fabrika za izradu namještaja i enterijera

Fabrika namještaja

+382 067 810 152

was-impex@t-com.me

Smokovac bb,

81000 Podgorica, Crna Gora

Studio

+382 067 810 152

was-impex@t-com.me

Moskovska 125,

81000 Podgorica, Crna Gora

www.was-impex.com



PFLEIDERER

EGGER

KAINDL

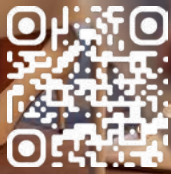
FALCO

blum

kastamonu



Experience Festive Magic in Portonovi



stay@portonovi.com
+38267932999

 **PORTONOV**
MONTENEGRO