

HURiH

SPECIJALIZIRANI ČASOPIS

I UGOSTITELJSTVO BIH



MIRAN GVOZDNIĆ

Bartending je više od pića, to je umjetnost i emocija

HUBiH



SFERA
Izdavaštvo | event management

Kuhari • Barmeni • Baristi • Sommelieri • Slastičari • Menadžeri

SFERACAST

HUBiH

Prvi specijalizirani podcast
za **HORECA** sektor

SKENIRAJTE QR KOD

Poslušajte SferaCast podcast



Gledajte nas na



SferaCast

HUBiH

SFERACAST

SFERACAST

#001
epizoda

Gost:
Dr Snježana Gagić Jaraković

Gledajte nas na
HUBiH SferaCast **SFERA**

SFERACAST

#002
epizoda

Gost:
Suvad Zlatić
sommelier

Gledajte nas na
HUBiH SferaCast **SFERA**

SFERACAST

#003
epizoda

Gost:
Melkior Bašić
chef

Gledajte nas na
HUBiH SferaCast **SFERA**

SFERACAST

#004
epizoda

Gost:
Mario Mandarić
Michelin star chef

Gledajte nas na
HUBiH SferaCast **SFERA**

SFERACAST

#005
epizoda

Gost:
Aleš Gorenc
barista

Gledajte nas na
HUBiH SferaCast **SFERA**

Pratite nas i na društvenim mrežama:

HUBiH

hubih.ba

sferacast

SferaCast

SUBSCRIBE





FASTi

*HACCP
BEZ
PAPIRA.
BEZ
HAOSA!*



PROBAJTE
30 DANA
BESPLATNO



HUBiH

SPECIJALIZIRANI ČASOPIS ZA HOTELIJERSTVO I UGOSTITELJSTVO BiH

O ČASOPISU

Časopis Hubih specijalizirani je časopis koji obrađuje tematiku ugostiteljstva, hotelijerstva i turizma u BiH. Namijenjen je djelatnicima koji rade u pomenutom sektoru kako bi na jednom mjestu imali sve potrebne informacije, novosti, trendove i aktuelnosti. Izlazi kvartalno, te je na adekvatan i kvalitetan način na usluzi ugostiteljima i hotelijerima. Distribuirana se besplatno putem pošte u hotele i ugostiteljske objekte na području BiH. Časopis donosi nove ideje, savjete, predstavlja projekte, te informiše. Kompententan je, aktuelan i zanimljiv. Kroz razne primjere iz prakse, životne priče i odlične tekstove pokušava da utječe na pozitivan razvoj turizma, ugostiteljstva i hotelijerstva u BiH.

**DIREKTORICA
NAIDA MEMIĆ**

naida.memic@sfera.ba

**GLAVNA I ODGOVORNA
UREDNIKA**

ELVIRA DREŽNJAK

elvira.maric@sfera.ba

MARKETING

AMELA VOLODER

amela.voloder@sfera.ba

GRAFIKA

AJLA GOLOŠ

ajla.golos@sfera.ba

PRINT

SFERA D.O.O.

IZDAVAČ

SFERA D.O.O.

Čevrina ga
88 000 Mostar
036/578-259
marketing@sfera.ba



NASLOVNICA:

MIRAN GVOZDIĆ,
barmen



Turizam je grana privrede koja se razvija veoma brzo u našoj državi. Bosna i Hercegovina može ponuditi mnogo toga domaćim i stranim turistima. Sa ovim razvojem, uporedo se razvija ugostiteljstvo i hotelijerstvo. Vrlo je važno da kadar u hotelima i restoranima bude profesionalan, usluga vrhunska i da ponuda prati tržište.

Zbog toga je HUBIH, specijalizirani časopis koji obrađuje tematiku ugostiteljstva, hotelijerstva i turizma u BiH, namijenjen svima koji rade u ovom sektoru. Želja nam je da im na ovaj način pomognemo, kako bi na jednom mjestu mogli pronaći sve neophodne informacije, novosti, trendove i aktuelnosti. Donosimo savjete stručnjaka, projekte, intervjue, ideje, ali i aktuelnosti iz svijeta turizma, hotelijerstva i ugostiteljstva.

Na ovaj način, Vama koji nas čitate, donosimo najnovije vijesti, za Vas pratimo trendove i aktuelnosti sa svjetskog tržišta, te smo Vam na usluzi na adekvatan i kvalitetan način. Cilj nam je da Vam kroz stranice koje slijede donesemo profesionalne savjete i ideje kako bismo Vam olakšali profesionalni put ka uspjehu. Shodno tome, pokrenuta je i online platforma kako bismo educirali i informisali ugostitelje i hotelijere, te tako potakli razvoj ugostiteljske, hotelijerske i turističke ponude u našoj državi. Možete nas pratiti na web stranici: www.hubih.sfera.ba, kao i na društvenim mrežama.

Elvira Drežnjak
mr. komunikologije

8

SADRŽAJ

MIRAN GVOZDIĆ

Bartending je više od pića, to je umjetnost i emocija

Volim kroz piće izraziti ideju, emociju i priču.

24

VICE DAMJANOVIĆ

Ne postoji uspjeh preko noći - iza svega stoji više od desetljeća rada

Od perača suđa na Braču do 50 Best Discovery liste.

32

MARIO MIHELJ

Okus je granica - ako njega izgubimo, izgubili smo identitet jela

Tradiciju ne smijemo kopirati, moramo je razumjeti, sačuvati i hrabro prenijeti novim generacijama.

40

ENDRINA MUQAJ

Uspjeh je kada jelo izazove emociju

Pobjednica MasterChef Hrvatska o disciplini, pritisku i stvaranju gastronomije koja spaja preciznost i emociju.

80

MICHELE BUFANO

Od djetinjstva uz majku i bake do Michelinovih kuhinja, Michele Bufano otkriva kako strast, disciplina i inovacija grade moderno kulinarsko iskustvo.

Majstor koji spaja tradiciju i savremenost italijanske kuhinje

„Bartending je više od pića, to je umjetnost i emocija“ – Miran Gvozdić otkriva svoj put u svijetu koktela

„Volim kroz piće izraziti ideju, emociju i priču“ – barmen Gvozdić koji je od Dubrovnika do Sarajeva i Zagreba gradio svoj stil, govori o inspiraciji, takmičenjima i viziji bh. barske scene.

INTERVJU: Miran Gvozdić, barmen

Miran je svoj profesionalni put započeo u Dubrovniku, a danas njegovo ime odjekuje kroz barove Sarajeva, Zagreba i međunarodna takmičenja. Kroz saradnju s renomiranim stručnjacima poput Denisa Memića i Filipa Lipnika, te rad na prestižnim eventima, razvijao je svoj jedinstveni stil koji spaja tehničku preciznost i umjetnički senzibilitet. Njegova filozofija bartendinga ne ogleda se samo u pripremi pića, već u kreiranju iskustva – kroz autentičnu interakciju s gostima, inovativne koktele i poštovanje lokalnih okusa. U ovom intervjuu Miran otkriva kako su putovanja, takmičenja i ljubav prema miksologiji oblikovali njegovu karijeru, te šta budućnost donosi bh. barskoj sceni.

HUBiH: Mirane, najprije nam recite nešto više o sebi, te šta Vas je motivisalo da postanete barmen i kako ste razvili svoj stil?

MIRAN: Najveći utjecaj na moju karijeru imao je Denis Memić. Zahvaljujući njemu dobio sam priliku da odem u Dubrovnik, gdje sam stekao dragocjeno iskustvo i proširio svoje profesionalne vidike. I danas od njega kontinuirano učim, ne samo o tehnikama i trendovima

u industriji, već i o disciplini, pristupu gostu i važnosti stalnog usavršavanja. Ono što me najviše motivisalo da postanem barmen jeste miksologija kao spoj znanja, preciznosti i kreativnosti. Privukla me mogućnost da kroz piće izrazim ideju, emociju i priču, te da eksperimentišem sa okusima, teksturama i prezentacijom.

Smatram da je bartending mnogo više od same pripreme pića; to je zanat koji zahtijeva tehničku kompetenciju, ali i umjetnički senzibilitet. Veliki motiv predstavlja i komunikacija s ljudima. Bar doživljavam kao prostor u kojem se ljudi žele osjećati sigurno, opušteno i prihvaćeno. Upravo ta interakcija, sposobnost da prepoznate raspoloženje gosta i kreirate iskustvo prilagođeno njemu, oblikovala je moj stil rada. Težim balansu između profesionalizma, kreativnosti i topline u pristupu, jer vjerujem da vrhunski koktel nije potpun bez autentične atmosfere i kvalitetne komunikacije.

HUBiH: Radili ste u Dubrovniku, Sarajevu i Zagrebu, kako su različite sredine uticale na vaš profesionalni razvoj i kreativnost?

MIRAN: Svoju profesionalnu karijeru započeo sam u Dubrovnik, praktično od

nule. Tamo sam usvojio temeljne vještine bartendinga: organizaciju radne stanice, tehničku preciznost i, što je posebno važno u turističkom gradu, brzinu i efikasnost rada pod pritiskom. Dinamično okruženje i visok obim posla naučili su me disciplini i dosljednosti, što smatram ključnom bazom mog daljnjeg razvoja. Po povratku sam nastavio raditi i razvijati se kroz projekte i evente, gdje je značajan utjecaj na mene imao moj prijatelj Sedin Dudo. Kroz zajednički rad na različitim događajima imao sam priliku dodatno proširiti svoje znanje, posebno u segmentu organizacije, prilagođavanja različitim konceptima i rada sa specifičnim zahtjevima klijenata.

Njegovo iskustvo i profesionalni pristup doprinijeli su mom sazrijevanju kao barmena. Rad u gradovima poput Sarajeva i Zagreb dodatno je oblikovao moj stil. Svaka sredina ima drugačiju publiku, tempo i kulturu izlazaka, što vas prirodno tjera na prilagođavanje. Međutim, svako novo okruženje istovremeno pruža priliku da pokažete svoju autentičnost i kreativnost. U svaki grad u kojem sam radio nastojao sam unijeti dio svog identiteta, bilo kroz signature koktele, pristup gostima ili način prezentacije – ali sam istovremeno upijao



lokalnu energiju i trendove. Upravo ta kombinacija prilagođavanja i ličnog izraza najviše je doprinijela mom profesionalnom razvoju i formiranju prepoznatljivog stila.

HUBiH: Vaša saradnja s Filipom Lipnikom na Art of Bar akademiji je sigurno bila značajna, šta ste od njega najviše naučili i kako to primjenjujete u svom radu?

MIRAN: Saradnja sa Filipom Lipnikom kroz Art of Bar akademija predstavlja jednu od najvažnijih prekretnica u mom profesionalnom razvoju. On je oduvijek bio moj najveći uzor u ovom poslu i još od početka karijere imao sam jasnu želju da jednog dana radim i učim uz njega. Prepoznao je moju posvećenost i želju za napretkom te mi pružio priliku da radim u njegovom baru kao bar back. Ta pozicija mi je omogućila da iz prve ruke posmatram vrhunski nivo organizacije, tehnike i profesionalizma. Kroz rad na eventima i svakodnevne zadatke

naučio sam koliko su disciplina, detalji i konzistentnost presudni za kvalitetan rad iza šanka. Smatram da temelj znanja koji danas imam dugujem upravo njemu.

Ono što sam od njega najviše naučio jeste da bartending nije samo priprema pića, već cjelokupno iskustvo koje kreiramo za gosta: od prvog kontakta, preko prezentacije koktela, do energije koju prenosimo iza bara. Također, usadio mi je važnost kontinuiranog učenja, praćenja trendova i stalnog rada na sebi.

Savjete koje i danas daje primjenjujem kroz sistematičnost u radu, preciznost u izvedbi i promišljen pristup razvoju novih koktela. Prilikom kreiranja pića vodim računa o balansu i jasnoj ideji iza svakog recepta, dok u radu s gostima nastojim održati profesionalnost, ali i autentičnost. Upravo taj spoj tehničkog znanja i karaktera smatram najvećom vrijednošću koju sam stekao kroz saradnju s njim.

”

Bar doživljam kao prostor u kojem se ljudi žele osjećati sigurno, opušteno i prihvaćeno. Upravo ta interakcija, sposobnost da prepoznate raspoloženje gosta i kreirate iskustvo prilagođeno njemu, oblikovala je moj stil rada.



HUBiH: Na Ibino međunarodnom takmičenju osvojili ste drugo mjesto, a na državnom Whiskey Sour takmičenju prvo, možete li podijeliti kako se pripremate za takve izazove?

MIRAN: Takmičenja doživljam kao najozbiljniji test znanja, kreativnosti i mentalne stabilnosti iza bara. Drugo mjesto na međunarodnom takmičenju i prvo mjesto na državnom Whiskey Sour takmičenju za mene nisu samo priznanja, već potvrda procesa pripreme koji shvatam izuzetno ozbiljno. Moj najveći kritičar, ali ujedno i najveća motivacija jeste Denis Memić. Zahvaljujući našem dugogodišnjem profesionalnom odnosu i prijateljstvu, svaki koktel koji kreiram prvo predstavim njemu. Njegovo mišljenje mi je ključno jer je objektivno, precizno i usmjereno na detalje.

Pripreme započinem temeljitim istraživanjem tako što proučavam kategoriju, pravila, tehničke zahtjeve i kriterije ocjenjivanja. Nakon toga slijedi faza razvoja recepture, gdje radim na balansu okusa, teksturi, aromatskom profilu i vizuelnom identitetu koktela. Vježba je također neizostavan segment.

Mnogo mi znači razmjena mišljenja sa kolegama i prijateljima iz industrije. Različite perspektive često ukažu na sitnice koje mogu napraviti veliku razliku. Smatram da takmičarski uspjeh nije rezultat samo talenta, već kombinacije istraživanja, discipline, kontinuirane prakse i kvalitetne povratne informacije.

Na kraju, najvažnije mi je da iza svakog takmičarskog koktela stoji jasna ideja i lični potpis, jer vjerujem da sudije, osim tehničke preciznosti, prepoznaju i autentičnost.



HUBiH: Koliko takmičenja oblikuju Vaše vještine i kreativnost u svakodnevnom radu u baru?

MIRAN: Takmičenja u velikoj mjeri oblikuju moje vještine i kreativnost jer me podstiču da stalno unapređujem tehniku, istražujem nove kombinacije okusa i razmišljam inovativno. Iskustvo sa takmičenja direktno primjenjujem u svakodnevnom radu kroz bolju organizaciju, preciznost i kreativniji pristup gostima.

HUBiH: Na HUBiH festivali 7.2.2026. u Sarajevu ste na masterclassu predstavili temu: „Moj put, naši okusi“ i premijeru bh. koktel karte, kako je proteklo predstavljanje i šta je po Vašem mišljenju posebno privuklo pažnju posjetitelja?

MIRAN: S obzirom na to da mi je ovo bio prvi samostalni masterclass pred većom publikom, trema je bila neizbježna. Ipak, tu energiju sam nastojao pretvoriti u fokus i autentičnost. Želio sam da prezentacija ne bude samo tehničko izlaganje, već iskrena priča o mom profesionalnom putu, inspiracijama i ideji iza stvaranja koktel karte koja reflektuje lokalne okuse i identitet.

Smatram da je predstavljanje proteklo veoma uspješno. Publika je imala priliku čuti nove perspektive o razvoju koktela baziranih na domaćim sastojcima, kao i o procesu kreiranja koncepta koji povezuje tradiciju i modernu miksologiju. Posebnu pažnju, po mom mišljenju,

privukla je upravo ta emocija i lična priča iza svakog koktela; ne samo šta se nalazi u čaši, već zašto je nastao. Namjerno nisam otkrio kompletnu koktel kartu, jer smatram da određena doza misterije zadržava interes i daje prostoru da se koncept dalje razvija. Reakcije posjetitelja su bile izuzetno pozitivne, što mi je dodatna potvrda da je publika prepoznala trud, iskrenost i autentičnost koju sam želio prenijeti kroz ovu temu.

HUBiH: Koji lokalni okusi i sastojci su vas inspirisali pri kreiranju ove premijere koktela?

MIRAN: Pri kreiranju koktel karte inspirisali su me autentični okusi Bosne i Hercegovine, oni koji nose emociju, tradiciju i identitet podneblja. Posebno mjesto zauzimaju domaće rakije, poput šljivovice i dunjevače, koje smatram bazom naše kulture ispijanja. Također, hercegovačka vina su mi dala inspiraciju za strukturu i aromatski profil određenih koktela.

Maslinovo ulje sam uveo kao moderan element koji simbolizira hercegovački teritorij i daje teksturalnu dubinu piću.

Cilj mi nije bio samo koristiti domaće sastojke, već ih interpretirati na savremen način odnosno zadržati njihovu autentičnost, ali ih predstaviti kroz tehniku i balans moderne miksologije. Smatram da upravo ta kombinacija tradicije i inovacije najbolje predstavlja Bosnu i Hercegovinu u čaši.

HUBiH: Možete li otkriti neki trik ili tehniku iz svog kreativnog procesa koju ste pokazali na masterclassu?

MIRAN: Ne bih izdvajao jedan konkretan trik, jer moj proces nije zasnovan na tajnama, već na istraživanju, testiranju i konstantnom usavršavanju. Ono što sam pokazao na masterclassu najbolje se razumije kroz praksu i direktno iskustvo.

HUBiH: Kako biste opisali trenutno stanje barmenske scene u BiH i gdje vidite prostor za razvoj?

MIRAN: Smatram da barmenska scena u Bosni i Hercegovini ima ogroman potencijal, ali je realno još uvijek u fazi razvoja u poređenju s regionalnim centrima poput Zagreb ili Beograd. U određenim segmentima, posebno kada govorimo o specijaliziranim cocktail barovima, edukaciji i sistemskom pristupu razvoju kadra, još uvijek zaostajemo za regijom.

Ipak, ono što je ohrabrujuće jeste činjenica da se standardi kontinuirano podižu. Sve je više mladih barmena koji ulažu u edukaciju, prate svjetske trendove i razumiju da je bartending ozbiljna profesija, a ne samo sezonski posao. Također, festivali, takmičenja i masterclass radionice doprinose razmjeni znanja i jačanju zajednice. Prostor za razvoj vidim u tri segmenta: edukacija i mentorstvo, specijalizacija barova i korištenje lokalnih sastojaka.



HUBiH: Koji trendovi u miksologiji trenutno dominiraju regionalno, a koji su vam posebno inspirativni?

MIRAN: Regionalno trenutno dominira nekoliko jasnih trendova u miksologiji. Prije svega, to je minimalizam i fokus na kvalitet sastojaka, što znači manje komponenti u čaši, ali precizno balansiranih i tehnički besprijekorno izvedenih. Također, primjetan je rast interesa za lokalne i sezonske namirnice, kao i reinterpretacije klasičnih koktela kroz moderan pristup.

HUBiH: Šta biste poručili mladim ljudima koji žele razvijati karijeru u barskoj industriji u BiH?

MIRAN: Mladima koji žele razvijati karijeru u barskoj industriji u Bosni i Hercegovini poručio bih da prije svega rade na sebi, na znanju, disciplini i komunikacijskim vještinama.

Ovaj posao nije samo pravljenje pića, već i stvaranje atmosfere i odnosa s gostima. Ulaganje u edukacije, praćenje svjetskih trendova i učenje od iskusnijih kolega može napraviti veliku razliku. Također, važno je imati strpljenje i biti spreman krenuti od osnovnih pozicija. Kroz rad, trud i profesionalan pristup moguće je izgraditi stabilnu i uspješnu karijeru, čak i na zahtjevnom tržištu poput BiH. Najvažnije je voljeti posao koji radite jer se ta energija uvijek prenosi na goste.

HUBiH: Postoji li projekat koji još niste realizovali, a koji bi mogao iznenaditi bh. publiku?

MIRAN: Postoji. Volio bih jednog dana otvoriti vlastiti bar. To bi bio prostor koji ne nudi samo vrhunske koktele, već i poseban doživljaj, mjesto gdje se spajaju kvalitetna pića, dobra muzika i autentična atmosfera. Želja mi je stvoriti bar koji bi postao prepoznatljivo mjesto okupljanja, ali i platforma za promociju domaćih sastojaka, mladih talenata i kreativnosti.

Vjerujem da bi takav koncept mogao iznenaditi bh. publiku jer bih unio nešto drugačije: spoj svjetskih trendova i lokalnog identiteta. To je projekat koji zahtijeva vrijeme, posvećenost i pravu ekipu, ali siguran sam da će, kada dođe pravi trenutak, postati stvarnost.

” Pri kreiranju koktel karte inspirisali su me autentični okusi Bosne i Hercegovine, oni koji nose emociju, tradiciju i identitet podneblja. Posebno mjesto zauzimaju domaće rakije, poput šljivovice i dunjevače, koje smatram bazom naše kulture ispijanja.



ORNAMENT

RAKIJA KOJU VI ZASLUŽUJETE

U svijetu u kojem se istinska kvaliteta prepoznaje u detaljima, priča obitelji Petrović zauzima posebno mjesto. Njihova strast prema rakiji nije novijeg datuma ona se brižno njeguje i prenosi s koljena na koljeno već generacijama. Ono što je nekada bilo poznato tek u krugu susjeda i prijatelja, danas je izraslo u prepoznatljivo ime vrhunske rakije. Godine 2020. ta je tradicija dobila i službeni okvir osnivanjem MVP destilerije. Bio je to prirodan korak naprijed: dodatno ulaganje u znanje, tehnologiju i procese, ali bez odricanja

autentičnosti. Posebna pažnja posvećena je vremenu. Najbolji destilati odležavaju u vrhunskim hrastovim barrique bačvama, gdje polako razvijaju dubinu okusa, profinjenost i karakter. Tek kada dosegnu svoju puninu, prelijevaju se u elegantne boce da budu tihi saveznik svakog slavlja. Zato Ornament nije samo rakija. Ona je priča o obitelji, strpljenju i umijeću, pretočena u višestruko nagrađivane kapi koje osvajaju i znalce i one koji tek otkrivaju svijet vrhunskih rakija.

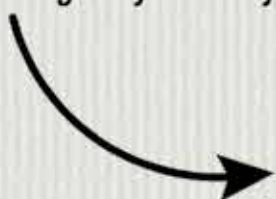
Rakije Ornament nastaju od pažljivo odabranih, lokalno uzgojenih plodova šljive, dunje, jabuke, marelice, višnje i kruške. Svaki gutljaj donosi duh zapadne Srbije, ravno iz rodne Lešnice, u blizini Loznice. Upravo tamo, u spoju prirode i iskustva, razvijeni su procesi kontrolirane fermentacije i precizne destilacije koji čine temelj njihove prepoznatljive arome.



Topla jantarna boja i raskošna aroma zrele šljive prvi su znakovi rakije koja ne nastaje slučajno, već strpljenjem i znanjem. Rakija od šljive iz linije Ornament odiše punoćom okusa i mirisa, u kojima se prirodna slatkoća voća skladno isprepliće s profinjenošću dugog odležavanja. Višegodišnje sazrijevanje destilata, u trajanju od najmanje pet godina, daje ovoj rakiji dubinu, mekoću i prepoznatljivu pitku završnicu. Svaki gutljaj donosi ravnotežu snage i elegancije, čineći je idealnim izborom.

ORHAMENT ŠLJIVA BARRIQUE

*Više od pet godina odležavanja.
Dubina okusa. Elegancija tradicije.*





Festival za ugostitelje i hotelijere **HUBiH 2026** uspješno održan u Sarajevu

Više od 500 profesionalaca iz HoReCa sektora okupilo se u Sarajevu na četvrtom izdanju festivala HUBiH, gdje su kroz masterclassove, konferencijski program i izložbeni prostor razmjenjivali znanja, iskustva i najnovije trendove industrije.

U Hotelu Hills u Sarajevu je 07. februara 2026. godine održan IV Festival za ugostitelje i hotelijere HUBiH 2026, najveći stručni događaj u Bosni i Hercegovini posvećen ugostiteljstvu i hotelijerstvu. Festival je okupio preko 500 učesnika, od vlasnika i menadžera hotela i restorana do mladih profesionalaca i studenata, pružajući im jedinstvenu priliku za sticanje novih znanja, razmjenu iskustava i upoznavanje s najnovijim trendovima u industriji.

Događaj je bio strukturisan kroz nekoliko ključnih segmenata, uključujući masterclassove i praktične radionice, konferencijski program i izložbeni prostor, čime je obuhvaćen cjelokupan spektar znanja i iskustava potrebnih za uspjeh u modernom ugostiteljstvu.

U okviru masterclassova svoje prezentacije su održali sljedeći edukatori:

Pekarski segment

Amel Kulinović održao je prezentaciju pod



nazivom „Le Cube“ kroasan / tart sa smokvom i kozijim sirom, demonstrirajući tehničku preciznost, kreativnost i balans između tradicionalnih i savremenih pekarskih metoda. Učesnici su imali priliku u praksi vidjeti kako inovacije u pekarstvu mogu podići kvalitet proizvoda, a pritom ostati vjerni tradiciji.

Gastronomski segment

Michele Bufano, internacionalno priznati chef, kroz masterclass „Italian first courses: tradition and innovation by Robo“ pokazao je kako autentične talijanske recepte spojiti sa savremenim pristupima i inovativnim sastojcima. Njegov fokus na razumijevanje očekivanja klijenata i balansiranje između tradicije i suvremenosti inspirisao je učesnike da nova saznanja primijene u vlastitim kuhinjama.

Nermin Hodžić dodatno je istraživao esenciju tradicije kroz dekonstrukciju bosanskog lonca i tufahije, dok su Mario Mihelj i Melkior Bašić učesnicima približili koncept „nova tradicija“. Mario Mihelj je govorio o tome kako kuhati tradiciju, a da se ne izgubi lokalni identitet, dok je Melkior Bašić demonstrirao sofisticirane tehnike u pripremi dimljenog carpaccia od janjetine,



uz umak od suhih marelica i cimet, pastu od lješnjaka i aromatizirane krutone. Ovi segmenti su pokazali kako kreativnost i inovacija mogu obogatiti tradicionalna jela, a da se pritom očuva autentičnost i lokalni karakter namirnica.

Kafa i bar segment

Aleš Gorenc, višestruko nagrađivani barista i edukator Barcaffè akademije, predstavio je kompleksni svijet specialty coffee, objašnjavajući razlike među sortama, metodama prerade i trendovima u latte artu. Njegova demonstracija latte arta i interaktivni pristup omogućili su učesnicima da sami isprobaju tehnike i steknu bolje razumijevanje procesa pripreme vrhunske kafe.

Miran Gvozdić, talentovani barmen, kroz masterclass „Moj put, naši okusi: premijera BiH koktel karte“ prikazao je razvoj savremenih koktela u BiH i naglasio važnost edukacije, inovacije i izgradnje povjerenja s publikom, dok je Suvad Zlatić učesnicima približio svijet profesionalnog sommelierstva kroz „Blind tasting kao kraljevsku disciplinu“.

Slatki segment

Amir Šehović, slastičar, kroz predavanje „Umjetnost modernih monoporcija“ pokazao je spoj tehničke preciznosti i kreativnosti u izradi slastičarskih proizvoda, ističući važnost inovacija u pripremi savremenih deserata.

Pored masterclassova, konferencijski program bio je posebno namijenjen menadžerima, direktorima i vlasnicima hotela i restorana. Program je obuhvatio aktualne teme kao što su inovacije u ugostiteljstvu, optimizacija poslovanja, upravljanje ljudskim resursima, marketinški trendovi i strategije razvoja poslovanja.



Među prisutnim stručnjacima bili su: Snježana Gagić Jaraković, Nikola Vuksanović, Salko Kovač, Dalila Lakomica, Branimir Penava, Feđa Begović i Maja Mladinovi. Rasprave su bile interaktivne, a učesnici su imali priliku razmijeniti iskustva i primjere dobre prakse, što je dodatno obogatilo edukativni aspekt festivala. Festival je obogatio i izložbeni prostor, gdje su se predstavili izlagači sa najnovijim proizvodima i tehnologijama za horeca sektor. Posjetioci su mogli vidjeti inovativne kuhinjske uređaje, profesionalnu opremu, specijalizirane proizvode i dekorativne elemente koji olakšavaju i unapređuju rad u ugostiteljstvu.

Festival je bio podržan od strane više sponzora, čime je dodatno unaprijeđen kvalitet programa i sadržaja. Zlatni sponzori bili su: Bivnest, Gastro Darko M, Iffco Velvet, Eurosos, Coca Cola i Ento, dok su srebrni sponzori bili: Kul In i Monri Payments.

Među izlagačima bili su Bariba, Complex, Džajić commerce, Gala Home, Mak Industrija, Menprom, Podrum Tolj i Kapak, dok su događaj podržali prijatelji festivala: Nickelle, DCRIPS i Vinogradi Nuić.

Posebna pažnja posvećena je mladim talentima i učenicima srednjih turističko-ugostiteljskih škola. Oni su imali priliku prisustvovati besplatnim radionicama i praktičnim demonstracijama, što im je omogućilo da unaprijede svoje vještine, steknu nova iskustva i bolje se pripreme za profesionalnu karijeru. Ova inicijativa dodatno ističe značaj festivala kao platforme koja podržava razvoj novih generacija stručnjaka u ugostiteljstvu.

Organizator festivala bila je kompanija Sfera d.o.o. Mostar, izdavač specijaliziranog časopisa za ugostiteljstvo i hotelijerstvo HUBiH, koji kvartalno donosi najnovije vijesti, trendove i inovacije

menadžerima, direktorima i vlasnicima hotela i restorana širom BiH. Festival HUBiH 2026 i ovim događajem potvrdio je svoju misiju – povezivanje stručnjaka, prezentaciju inovacija i edukaciju u sektoru ugostiteljstva i hotelijerstva.

Događaj je završio u večernjim satima, a posjetioci su napustili festival inspirisani novim znanjima, idejama i kontaktima, s jasnom porukom da je profesionalni razvoj, inovacije i razmjena iskustava ključni temelj za napredak ugostiteljske industrije u BiH.

Festival HUBiH 2026 potvrdio je status najvažnijeg događaja u sektoru, pružajući profesionalcima i mladim talentima priliku da uče od najboljih, razvijaju svoje vještine i grade mrežu kontakata koja će oblikovati budućnost ugostiteljstva u Bosni i Hercegovini.





Iskusite
Izvrsnost



PROFESIONALNA KUHINJA KOJA PRATI RITAM VAŠEG POSLOVANJA

Okusi koji osvajaju, tehnologija koja inspirira ideje su koje stoje iza naprednih rješenja Electrolux Professional kuhinjskih linija. Kada se spoje vrhunska tehnologija i strast prema kulinarскоj izvrsnosti, nastaje prostor u kojem kreativnost nema granica. Kao ovlaštenu zastupnik Electrolux Professional rješenja, **Eurosan Ecotime grupacija** već decenijama gradi standarde higijene i efikasnosti u HoReCa sektoru. Naš cilj je omogućiti vam da kuhate pametnije, radite brže i ostvarujete veći profit uz opremu koja brine o vašem timu i okolišu.

Taj spoj tehnologije i strasti možete doživjeti na našim **Electrolux Professional Cooking Shows**, koji uvijek privlače poglede i postaju pravo središte događanja. Želite iskusiti gastro revoluciju uživo? Posjetite nas ovog aprila na Mostarskom sajmu gospodarstva i uvjerite se iz prve ruke kako vrhunska tehnologija transformira mirise i okuse u savršeno gastronomsko iskustvo.





Iskusite
Izvršnost



Electrolux
PROFESSIONAL

 **Eurosan**

Nova sloboda pripreme jela stiže s **LiberoPro**, praktičnom profesionalnom modularnom linijom koja se može instalirati bilo gdje u zatvorenom ili na otvorenom. Kao idealno rješenje za objekte koji traže fleksibilnost LiberoPro nudi energetska učinkovitost do 90% i preciznost koja zadovoljava i najzahtjevnije šefove kuhinja.

Iskusite izvršnost s novom generacijom kombiniranih pećnica **SkyLine** dizajniranih za nenadmašnu učinkovitost i potpunu kontrolu nad kuhanjem.

Inovativni sustav kruženja zraka **OptiFlow** i precizni **Lambda** senzor jamče savršene rezultate svaki put, uz značajne uštede vode do 33% i deterdženta do 43% u održavanju uređaja. Rad kuhinje možete pratiti i daljinski uz **OnE Connected** sustav.

Put do vrhunskih performansi otvara integracija rješenja **SkyLine Cook & Chill**. Zahvaljujući jedinstvenoj **SkyDuo** komunikaciji, kombinirana pećnica i šok hladnjak međusobno komuniciraju, što optimizira cjelokupni tijek rada – do 35% manje otpada, do 25% više produktivnosti.



Zašto nas odabrati? Jer iza vrhunske opreme stoji jednako pouzdan partner. Eurosan Ecotime grupacija već više od 20 godina stvara zdravije, sigurnije i produktivnije radne prostore. Kroz sveobuhvatne usluge i proizvode – od profesionalnog čišćenja do ekološki prihvatljivih rješenja i zaštitne opreme – brinemo da vaša oprema radi besprijekorno i dugotrajno. Naš servis i podrška jamče duži vijek trajanja uređaja, višu razinu higijene i uštedu vremena, kako biste se Vi mogli posvetiti onome što zaista volite – stvaranju vrhunskih gastronomskih iskustava.



MOSTAR

Bišće polje b.b.
+387 36 342 220
info@eurosan.ba

SARAJEVO

Lužansko polje 7
+387 33 765 075
prodaja@ecotime.ba

BANJA LUKA

Jovana Bijelića b.b.
+387 51 456 652
info@eurosan.rs.ba

PRODAJNI ZASTUPNIK: Josip Pehar

Josip.pehar@eurosan.ba
+387 65 919 801

webshop.eurosan.ba





UNAPRIJEDITE UPRAVLJANJE OBJEKTOM!

OSIGURAJTE BRŽE, UČINKOVITIJE
I EKOLOŠKI PRIHVATLJIVO ODRŽAVANJE SVAKOG
INTERIJERA UZ EUROSAN ECOTIME RJEŠENJA.

Profesionalna sredstva i oprema za čišćenje
površina, kuhinja, toaleta, podova i tepiha

Aromatizacija prostora svih kvadratura

Higijenski papirni program i držači za toalete

Profesionalni uređaji i sredstva za vešeraje

Profesionalni uređaji i sredstva za kuhinje

Papirna galanterija za stolove

Hotelska kozmetika

MOSTAR

Bišće polje b.b.
+387 36 342 220
info@eurosan.ba

SARAJEVO

Lužansko polje 7
+387 33 765 075

prodaja@ecotime.ba

BANJA LUKA

Jovana Bijelića b.b.
+387 51 456 652

info@eurosan.rs.ba



ANTIQUÉ PELINKOVAC: NAJBOLJE ČUVANA TAJNA HRVATSKE I PONOS BADEL 1862

ANTIQUÉ PELINKOVAC najstariji je i najpoznatiji Badelov premium biljni liker, ali i jedno od najintrigantnijih pića. Proizvod datira iz davne 1862. godine kada je i osnovana tvrtka Badel 1862.

Osmislio ga je Franjo Pokorny, trgovac i utemeljitelj tvrtke Badel 1862. U to vrijeme, Antique se prodavao isključivo u apotekama pod preporukom „želudačano okrepljujuće sredstvo“. Bio je toliko tražen da je Franjo Pokorny postao dobavljač ovog fantastičnog likera čak za bečki i francuski dvor, a prema zapisima već se u to doba izvezio i u Ameriku. Receptura prema kojoj je proizveden Badel Antique Pelinkovac najstarija je i dobro čuvana receptura u arhivi Badela 1862, u njenom sastavu nalazi se nezaobilazan pelin, a originalna boca u kakvoj se proizvod prodaje i danas čuva se u Muzeju grada Zagreba.

Antique Pelinkovac se od 1862 proizvodi na istovjetan, tradicionalan način, prema izvornom receptu, od 100% prirodnih sastojaka. Za one koji se razumiju u tehnologiju pripravljanja finih likera otkriti ćemo da se birane začinske biljke prvo odležavaju u alkoholu, a potom se odležani macerat u malim serijama destilira u bakrenim kotlovima te se ovako spravljeni liker nakon odležavanja ručno puni u boce što ovaj proizvod svrstava u iskonski craft proizvod. Svaka boca označena je i jedinstvenim serijskim brojem otisnutim na etiketi na poleđini.

Okusom ovog premium biljnog likera dominira pelin, aromatska biljka koja se izdvaja mirisom, a zatim i notom gorčine po čemu ga mnogi pamte i prepoznaju zbog blagotvornog djelovanja na organizam što pelinkovac čini savršenim digestivom, ali i jednom od najjačih baza za tradicionalne aperitivne cocktaile.

Za potpun užitek preporučuje ga se poslužiti dobro rashlađenog, a sjajno ga nadopunjavaju jedna do dvije kockice leda te komadić limuna ili naranče. Zbog savršenog, raskošnog okusa Antique je postao omiljeno piće pravih znalaca i ljubitelja finih likera te nezaobilazan dio ponude finih restorana i barova, bilo da se konzumira samostalno, kao omiljeni sastojak ukusnih koktela ili uz kafu.



BEZVREMENSKI
ORIGINALAN

ANTIQUÉ
PELINKOVAC

Vice Damjanović: Ne postoji uspjeh preko noći - iza svega stoji više od desetljeća rada

Od perača suđa na Braču do 50 Best Discovery liste.

„Sve je počelo vrlo spontano“, kaže Vice, prisjećajući se ljeta kada je kao dječak prao suđe u porodičnom caffe baru u Supetru na Braču. Danas, više od desetljeća kasnije, njegovo ime stoji iza jednog od najzapaženijih barova u regiji, prepoznatog i na prestižnoj 50 Best Discovery listi. Ali, kako sam naglašava, iza tog „preko noći“ uspjeha ne stoji slučajnost, već godine rada, pogrešaka, učenja i dosljednosti.

„Razlika između prosječnog i izvrsnog vrlo često krije se upravo u sitnicama“, ističe Vice, uvjeren da vrhunski bar ne čine laboratoriji i velika ulaganja, već iskren doček gosta, pažnja prema detalju i standard koji se svakodnevno postavlja bez kompromisa. Njegova priča nije samo priča o koktelima, to je priča o karakteru, identitetu i kulturi gostoprimstva koja, kako kaže, na Balkanu dolazi gotovo prirodno.

HUBiH: Vice, vaš put od sezonskih poslova na Braču do jednog od najzapaženijih barova u regiji je inspirativan. Kako je sve počelo?

VICE: Sve je zapravo počelo vrlo spontano. Odrastajući uz svog strica Nikolu, koji je već dugi niz godina u ugostiteljstvu, rano sam razvio interes za taj posao i poželio se i sam okušati kao konobar. Prvi korak napravio sam odmah nakon završetka osnovne škole, kada sam tijekom ljeta počeo raditi kao perač suđa u njegovom caffe baru u Supetru na otoku Braču, kroz učenički posao. Upravo su ti prvi dani iza šanka i u dinamici sezonskog rada probudili u meni ljubav prema ugostiteljstvu i postavili temelje svega što je kasnije uslijedilo. To je bio i poticaj za studiranje na fakultetu za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu koji mi je uvelike pomogao razumijeti poslovne procese i upravljanje.

HUBiH: Krenuli ste iz svijeta kafe, a danas ste prepoznatljivo ime koktel scene. Kako je izgledala ta profesionalna transformacija?

VICE: Budući da sam svoje prve ozbiljnije korake

napravio u caffe baru, kava je dugo bila moj glavni fokus i smjer u kojem sam se profesionalno razvijao. Bio sam potpuno posvećen učenju i usavršavanju, no s vremenom sam se našao na svojevrsnoj raskrsnici - ostati u svijetu specialty kave, okrenuti se restoraterstvu ili krenuti putem barske scene. Kako sam oduvijek volio kreativni dio posla, kokteli su mi prirodno počeli privlačiti pažnju, pogotovo jer su tijekom ljetnih sezona postajali sve traženiji. Prve korake napravio sam uz starijeg kolegu Sinišu Čuturila, od kojeg sam mnogo naučio, a upravo tada se probudilo ozbiljno zanimanje za miksologiju. Bio je to izazovan, ali izuzetno uzbudljiv novi svijet u kojem sam se poželio okušati. Nedugo zatim počeo sam raditi u tada jedinom koktel baru u Supetru, Kalamberi, gdje smo moj prijatelj, danas i poslovni partner, Frane Matulić i ja kreirali svoju prvu koktel kartu. Učili smo samostalno - kroz knjige, YouTube i stalno eksperimentiranje - što je zapravo bio početak našeg ozbiljnijeg ulaska u koktel scenu.

HUBiH: String's Bar je u kratkom periodu dospio na 50 Best Discovery listu. Šta je, po Vašem mišljenju, bilo ključno za tako brz uspjeh?

VICE: Ne bih rekao da se radi o brzom uspjehu, jer iza tog naizgled „preko noći“ rezultata zapravo stoji više od desetljeća rada, brojnih pokušaja, pogrešaka, nerazumijevanja i kontinuiranog ulaganja truda. Sve ono što danas izgleda kao nagli iskorak rezultat je dugog procesa učenja i sazrijevanja. Ključ uspjeha, po mom mišljenju, leži u dosljednosti i posvećenosti detaljima.

Nije važno samo ono što radite, već i način na koji to radite - pristup, energija i standard koji postavljate svakodnevno. Važno je ne pristajati na kompromise kada su u pitanju kvaliteta i vlastiti identitet. Razlika između prosječnog i izvrsnog vrlo često krije se upravo u sitnicama - u načinu razmišljanja, odnosu prema gostu i stalnoj želji da svaki segment iskustva bude promišljen i autentičan.



INTERVJU: Vice Damjanović, barmen i suvlasnik String's Cocktail Cluba u Splitu

HUBiH: Koliko je važno imati jasan koncept i autentičnu priču kada se gradi moderan bar danas?

VICE: Koncept je svakako važan, ali jednako je važno ne postati njegov rob. Sam koncept nema veliku vrijednost ako nije jasan i razumljiv gostima, jer na kraju upravo oni moraju prepoznati i doživjeti ono što pokušavate stvoriti. Ideja mora biti komunikativna i prirodna, a ne sama sebi svrha. Autentičnost se, također, ne može jednostavno deklarirati - ona se gradi kroz vrijeme i mora se zaslužiti.

Jedno je reći da imate koncept i da ste jedinstveni, ali stvarnu potvrdu daju gosti. Oni su ti koji odlučuju jeste li zaista autentični, a ne mi sami.

Upravo kroz njihov doživljaj prostora, atmosfere i iskustva nastaje prava priča jednog bara.

HUBiH: Kako balansirate između kreativnosti, poslovnog aspekta i očekivanja gostiju?

VICE: Balans između ta tri segmenta stalni je proces i iskreno - nije ga lako postići. Ključno je jasno postaviti prioritete. Na prvom mjestu uvijek mora biti poslovni aspekt, odnosno stabilnost i likvidnost poslovanja, redovna isplata plaća te korektan odnos prema dobavljačima i partnerima. Bez zdravih temelja teško je dugoročno graditi bilo kakvu kreativnu priču. Kreativnost je, s druge strane, proces koji prirodno dolazi u valovima. Postoje razdoblja

velike inspiracije, ali i kreativne blokade ili šumovi koji mogu usporiti napredak i djelovati demotivirajuće. No to su sastavni dijelovi stvaranja - prepreke koje se prebrode, nakon čega se ponovno kreće ispočetka kada se pojavi nova ideja i energija.

Što se tiče očekivanja gostiju, njih je zapravo nemoguće u potpunosti predvidjeti niti se njima slijepo prilagođavati.

Naš je zadatak dati najbolje od sebe - pružiti toplo, iskreno iskustvo, profesionalan servis i pristup zbog kojeg će gosti iz bara ponijeti uspomenu. Piće se uvijek može doraditi ili zamijeniti ako nije savršeno, ali loše iskustvo usluge i gostoprimstva ne može nadoknaditi ništa.



HUBiH: Na HUBiH Festivalu ste održali masterclass „Kako smo stvorili kulturu ispijanja koktela u zemlji piva i vina“. Koje ključne lekcije ili poruke ste željeli prenijeti učesnicima kroz svoju priču i demonstracije?

VICE: Glavna ideja masterclassa bila je podijeliti vlastito iskustvo o tome kako smo uspjeli stvoriti kulturu ispijanja koktela i razviti tržište u gradu u kojem ona praktički nije postojala. U trenutku kada smo počinjali, postojala je tek vrlo mala skupina ljudi koja je uopće konzumirala koktele, pa je cijeli proces podrazumijevao edukaciju gostiju, izgradnju povjerenja i dugoročan rad. Posebno sam želio naglasiti

da je u našem slučaju upravo gostoprimstvo bilo ključ uspjeha. Danas mladi barmeni često gledaju najbolje barove svijeta - prostore s laboratorijima, velikim investicijama, brojnim timovima i savršeno produciranim vizualima - što ponekad može djelovati nedostižno i demotivirajuće. Naravno, takvi su projekti impresivni kada postoje uvjeti i sredstva za njihovu realizaciju, ali dobar bar ne mora nužno imati high-tech opremu da bi bio vrhunski. Dobar bar, prije svega, znači iskren doček gosta, osmijeh, pažnju prema svakom detalju iskustva - od rasvjete, glazbe i temperature prostora do mirisa i besprijekorne higijene. Za takve stvari nisu potrebna velika ulaganja, već posvećenost i želja da svaki dan date svoj maksimum.

”
Dobar bar, prije svega, znači iskren doček gosta, osmijeh, pažnju prema svakom detalju iskustva - od rasvjete, glazbe i temperature prostora do mirisa i besprijekorne higijene.



HUBiH: Bosna i Hercegovina, kao i Hrvatska, često se percipiraju kao zemlje vina i piva. Kako je, prema Vašem iskustvu, nastajala moderna koktel kultura?

VICE: Moderna koktel kultura na ovim prostorima još je uvijek u fazi razvoja, ali napredak je itekako vidljiv. Pojavila se nova generacija talentiranih barmena, otvaraju se kvalitetni barovi i standardi se iz godine u godinu podižu. Na svima nama koji smo dio scene odgovornost je da nastavimo graditi taj smjer, jer smatram da kao regija zaista imamo mnogo toga za pokazati.

Ono po čemu se Balkan razlikuje od ostatka Europe i svijeta jest snažan faktor gostoprimstva, koji nam dolazi gotovo prirodno. To je vrijednost duboko ukorijenjena u naš mentalitet i način života, nešto što je kroz povijest postalo dio našeg identiteta. Upravo je to, po mom mišljenju, naš najveći adut.



HUBiH: Kako vidite razvoj barske scene u regiji i koje promjene smatrate najznačajnijima u posljednjih nekoliko godina?

VICE: Barska scena u regiji razvija se polako, ali sigurno, i posljednjih godina vidljiv je značajan iskorak. Sve više barova s naših prostora gostuje diljem Europe, predstavljajući regionalnu scenu za koju donedavno mnogi nisu ni znali da postoji. Istovremeno, naša scena sve češće ugošćuje svjetski poznata imena, pokazujući da i ovdje postoji visoka razina profesionalnosti, kreativnosti i, prije svega, vrhunskog gostoprimstva.

Jedan od važnijih trenutaka svakako je bio ulazak Bar Sistema, Peaches & Cream i String's na prestižnu World's 50 Best Discovery listu, što je regionalnoj sceni donijelo snažnu vidljivost i potvrdu na globalnoj razini. Kao logičan nastavak tog razvoja, nagrada Barmens' Choice Awards, koja je godinama djelovala primarno na području Skandinavije, ove se godine širi na nekoliko zemalja centralne i istočne Europe, uključujući Hrvatsku i Srbiju.



HUBiH: Koji trendovi u miksologiji danas imaju najveći utjecaj na publiku i industriju?

VICE: Iskreno, ne pratim previše trendove jer oni vrlo brzo dolaze i odlaze, a u eri društvenih mreža njih je postalo toliko mnogo da često mogu djelovati zbunjujuće. Smatram da fokus ne bi trebao biti na praćenju svakog novog trenda, već na dosljednosti i kvaliteti onoga što radite. Ipak, jedan trend koji je trenutno vrlo jasno vidljiv i koji snažno utječe na industriju jest sve veća potražnja za bezalkoholnim koktelima.

Moderni barovi danas posvećuju ozbiljnu pažnju bezalkoholnom programu, jer sve veći broj gostiju traži kompleksna pića bez alkohola, ali s punim doživljajem. Paradoksalno, bezalkoholni koktel često je i zahtjevniji za izradu - potrebno je postići strukturu, balans i osjećaj koji inače daje alkohol, a pritom ga uopće nema. Ono što publika danas zaista traži nije nužno trend, već cjelokupno iskustvo - dobru atmosferu, profesionalan pristup i visoku

kvalitetu proizvoda. S obzirom na opća poskupljenja, gosti sve manje žele plaćati prosječnost, ali su itekako spremni izdvojiti novac za iskustvo koje ima stvarnu vrijednost i opravdava cijenu.

HUBiH: S kojim se najvećim izazovima susreću barmeni kada pokušavaju edukovati goste i uvesti nove okuse?

VICE: Jedan od najvećih izazova je činjenica da gosti često ne postavljaju pitanja, iako ih nešto zanima. Nerijetko postoji određena nelagoda ili strah da će ispasti neupućeni ako priznaju da nešto ne poznaju, pa se odluče za siguran, ali često pogrešan izbor. Time zapravo sami sebi uskraćuju priliku da se barmen posveti njihovim preferencijama i osigura im najbolje moguće iskustvo. Takav stav često proizlazi iz ranijih iskustava, najčešće iz mlađih dana, kada su prvi susreti s koktelima bili vezani uz preslatka pića i nekvalitetne destilate. Moderna barska scena danas je potpuno drugačija - pristup je

individualan, a kvalitetni barovi mogu ponuditi rješenje za gotovo svako nepce.

HUBiH: Šta biste savjetovali mladim barmenima iz BiH koji žele razvijati karijeru i graditi vlastiti identitet iza šanka?

VICE: Savjetovao bih im da iskoriste sve mogućnosti koje su danas dostupne, a kojih zaista ima mnogo - od edukacija i radionica do online izvora znanja. Važno je kontinuirano učiti, ali jednako tako pronaći dobrog mentora koji može usmjeravati njihov razvoj i pomoći im da kroz iskustvo sazriju, kako profesionalno tako i osobno. **Rad je pritom nezamjenjiv dio procesa, jer se najveći dio znanja stječe upravo kroz svakodnevnu praksu iza šanka.** Također, ako su u mogućnosti, preporučio bih im da putuju, posjećuju različite barove, sjednu za šank kao gosti, promatraju, razgovaraju i postavljaju pitanja iskusnijima od sebe. U ovom poslu znanje se često dijeli, ali prvi korak uvijek mora doći od vas - jer ako ne pitate, teško ćete nešto i dobiti.



ADMIRAL

Kad poželite trenutak za sebe — izaberite mjesto u kojem se osjećate posebno

Postoje mjesta koja vas dočekaju kao stari prijatelj: blagim svjetlom, mirnim tempom i osmijehom koji ne žuri. U Admiral klubovima, svakoj posjeti je pristupljeno sa pažnjom, od diskretne dobrodošlice do usluge koja predviđa vaše potrebe. Naši interijeri osmišljeni su da pruže mir i eleganciju: udobna sjedišta, profinjeni detalji i atmosfera koja poštuje vaš ritam. Dođete li na kratki predah ili večernji izlazak, dočekat će vas prostor koji njeguje kulturu gostoprimstva i sigurnog uživanja.

Ovdje se stil ne mjeri glasnoćom, nego odmjerenošću; pažnja nije slučajna, već promišljena. Zato se gosti Admirała vraćaju iz istog razloga zbog kojeg ste i vi došli: zbog osjećaja da je svaki trenutak zaista vaš. Za one

koji cijene nenametljivu vrijednost pri svakoj posjeti, tu je Admiral Loyalty, diskretna privilegija koja zahvaljuje vjernosti jasno definisanim pogodnostima. Od pažljivo strukturisane dobrodošlice do pogodnosti koje vraćaju vrijednost kada je najpotrebnija, program je osmišljen da oplemeni vaše iskustvo, a da pritom ostane jednostavan i fer.

Dobrodošli u doživljaj kojem se rado vraćate, mjesto gdje se osjećate sigurno, cijenjeno i posebno, iz posjete u posjetu.

Admiral promoviraje odgovorno i sigurno okruženje. Posjete su namijenjene osobama starijim od 18 godina. Ako vam je potrebna pomoć ili informacija, naše osoblje stoji na raspolaganju.



ADMIRAL

Doživljaj kojem se rado vraćate.

Kad poželite trenutak za sebe, izaberite mjesto gdje se osjećate **posebno.**



Vaše kartice lojalnosti možete preuzeti u idućim podružnicama:

Mostar

Splitska 7
Vukovarska 18

Čitluk

Kralja Tomislava bb

Čapljina

Mate Bobana bb

Grude

Dr. Franje Tuđmana 1

Pridružite se Admiral Loyalty programu i otkrijte dodatne pogodnosti; registrujte se već danas.

Mario Mihelj: Okus je granica - ako njega izgubimo, izgubili smo identitet jela

Tradiciju ne smijemo kopirati, moramo je razumjeti, sačuvati i hrabro prenijeti novim generacijama.

INTERVJU: Mario Mihelj, chef i vlasnik obrta Teglica u Zagrebu

Mario ostaje dosljedan jednoj ideji, a to je da jelo mora imati svoj identitet. Njegova kulinarska filozofija temelji se na sezonalnosti, lokalnim namirnicama i dubokom poštovanju tradicije, ali interpretiranoj kroz savremene tehnike i organizacijski pristup moderne kuhinje. Kao chef koji je profesionalno sazrijevao pod snažnim mentorskim utjecajem i kroz rad u zahtjevnim kuhinjskim sistemima, Mario kuhanje ne doživljava samo kao kreativni čin, već i kao odgovornost prema namirnici, timu i kulturi iz koje dolazi. Tradiciju vidi kao temelj koji ne sputava inovaciju, već joj daje smisao. Za njega je budućnost regionalne gastronomije jasna: povratak korijenima, ali s vizijom, znanjem i hrabrošću da se autentični okusi predstave svijetu na nov način.

HUBiH: Mario, često govorite o spoju tradicije i savremene gastronomije, kako biste opisali vlastitu kulinarsku filozofiju u nekoliko rečenica?

MARIO: Moja kuharska filozofija je da kuhamo sezonski, lokalno tragom tradicije i modernih tehnika.

HUBiH: Šta za vas znači „lokalni identitet na tanjiru“ i kako ga čuvate dok uvodite inovacije?

MARIO: Jelo mora imati svoj identitet te ga volim naglasiti jer tako čuvamo i prenosimo povljest kuhanja i tradicije, naravno da kuham sa novim tehnikama tako da dobijemo to jelo spremno za nove goste, ali okus priča i identitete nismo izgubili.



HUBiH: Kao korporativni chef u nekoliko renomiranih restorana, svakodnevno balansirate između kreativnosti i organizacije, koji dio posla Vam donosi najveće zadovoljstvo?

Kreativnost je jako zabavna te tu baš uživam, ali kada i gost uživa u tome, na kraju, onda je to najveće zadovoljstvo?

HUBiH: Kako se razvijala vaša uloga lidera u kuhinji i šta ste kroz godine naučili o radu s timom?

MARIO: Bilo je tu uspona i padova kroz godine rada ali najviše sam naučio razumijevanju i razmišljanju kao chef i lider te ispred mene nema nikada problema nego samo rješenja, to uvijek nudim svom timu.

HUBiH: Postoji li jelo ili period u Vašoj karijeri koji je posebno oblikovao Vaš današnji pristup kuhanju?

MARIO: Naravno da postoji period, to je bila 2008 do 2011 kada sam radio u dubrovačkom Giles restoranu, koji je vodio i postavio sam Giles Camelier, Francuz sa Michelin iskustvom koji nije samo da me naučio kuhati već i razmišljati o samoj namirnici, sustavu kuhinje i organizaciji, a ponajviše o samoj kontroli samog sebe.

Tradicija se vraća na velika vrata, treba je samo prigrliti, kuhati, upoznati je sa ljudima koje možda i nemaju dovoljno informacija niti saznanja od kuda je sve poteklo.



HUBiH: Na HUBiH Festivalu ste predstavili masterclass „Nova Tradicija“ kroz interpretaciju štrukli, kako je publika reagovala na transformaciju jednog klasičnog jela u modernu gastronomsku priču?

MARIO: Pa imao sam uvodnu prezentaciju o samoj kulturi i tradiciji hrane te lokaliteta i identiteta kuhanja i kuhinje odakle dolazimo. Tako da je ta štrukla bio jedan praktičan prikaz kako tradicijsko jelo transformirati u novo, pritom ne gubiti okuse i zadržati priču tradicije, ali na kraju biti zanimljiv novim generacijama, turistima i mogućnost tog jela staviti u svoj restoran ili jelovnik.

HUBiH: Šta je po Vašem mišljenju najteže kada se tradicionalno jelo reinterpretira za fine dining kontekst, a da ne izgubi autentičnost?

MARIO: Najteže je pokušati zadržati izvorni okus jela, kako pritom koristimo nove tehnike obrade često se desi da izgubimo okuse, ali veliki je izazov i izvorna namirnica koja se jako teško nabavi da je dobre kvalitete.

HUBiH: Gdje je granica između inovacije i pretjeranog udaljavanja od izvorne recepture?

MARIO: Okus je granica, ako smo izgubili taj izvorni dio okusa tada to jelo gubi taj dio izvornosti, te tada inovacija ostaje samo inovacija.

HUBiH: Kako savremeni chef može približiti tradicionalna jela mlađim generacijama gostiju?

MARIO: Mislim da jedino kroz ovakav pristup, prvo upoznavanje same tradicije kako je ona nastala, zatim pokazati kako se sa njom možemo igrati, stvarati i graditi dalje za nove generacije.

HUBiH: Smatrate li da regionalna kuhinja ima potencijal da bude snažniji dio međunarodne gastro scene?

MARIO: Definitivno da ima samo trebamo što više osvijestiti kulturu, stara jela, lokalitet. Odličan primjer su nam Italija, Španjolska i Grčka, čija su jela poznata u cijelom svijetu jer kuhaju samo lokalno, tu je jako bitna i sama proizvodnja hrane jer tada je taj proces puno bolji i lakši, a to kod nas baš i ne funkcionira. Slavonija je prazna, ne sadi se koliko bi se moglo.

HUBiH: Kako vidite budućnost kuhinje u regiji u narednih deset godina, više povratak tradiciji ili..?

MARIO: Da, tradicija se vraća na velika vrata, treba je samo prigrliti, kuhati, upoznati je sa ljudima koje možda i nemaju dovoljno informacija niti saznanja odakle je sve poteklo. Sebe gledam kao ambasadora tog procesa, jer to je nešto na čemu moramo svi raditi te zadržati svoj identitet i samo ga jačati i prenositi dalje.





BARIBA

Čisto. Iz prirode.

Od naših **najljepših rijeka**
do vaših **najdražih trenutaka.**





INTERVJU: Delila Ramić Arslanagić, direktorica kompanije Bariba iz Sarajeva

Delila Ramić Arslanagić: Kvalitet počinje na izvoru – svaka riba nosi svoju priču

„Naša misija je jednostavna: domaći riblji proizvodi trebaju biti standard, a ne izuzetak“, poručuje Ramić Arslanagić

Bariba je nastala iz male, gotovo porodične ideje, ponuditi ljudima ribu za koju tačno znaju odakle dolazi i kako je pripremljena. Delila Ramić Arslanagić, direktorica kompanije, vjeruje da kvaliteta proizvoda ne dolazi slučajno, već počinje na samom izvoru.

Svaka pastirmka, svaki filet i svaki namaz nosi pažljivo čuvani prirodni okus, bez industrijskih pojačivača. Od prvih dana direktne prodaje „od vrata do vrata“ u Sarajevu do prisutnosti širom BiH i Crne Gore, Bariba je rasla stabilno, ali uvijek zadržavajući autentičnost i transparentnost proizvodnje. Za Delilu, inovacija i širenje poslovanja

ne znače kompromis, svaki novi proizvod i svaki korak na tržištu mora biti u skladu s vizijom: pošten, domaći proizvod kojem kupci mogu vjerovati.

HUBiH: Recite sam kako je nastala ideja za osnivanje Bariba kompanije?

DELILA: Sve je krenulo iz jedne male, skoro porodične priče. Počeli smo sa idejom da ljudima ponudimo ribu za koju tačno znamo odakle dolazi i kako je pripremljena. U početku smo bukvalno proizvode dostavljali na vrata u Sarajevu, od poznanika do poznanika. Reakcije su bile takve da smo shvatili da na tržištu stvarno nedostaju kvalitetni, domaći riblji proizvodi koji nisu

industrijski "standardizovani", nego pravljene sa pažnjom. Iz te male proizvodnje i velikog entuzijazma Bariba je polako počela rasti.

HUBiH: Koji je bio glavni motiv ili inspiracija da se fokusirate na riblje proizvode, posebno pastrmku?

DELILA: Pastrmka je naša domaća riba i smatramo da je nepravredno zapostavljena u odnosu na ono što zaista jeste. Uzgaja se u izuzetno čistoj i hladnoj vodi, posebno u Neretvi koja je jedna od najhladnijih rijeka u Evropi, a to direktno utiče na kvalitet mesa. Htjeli smo da ljudima približimo ono što imamo praktično pred nosom – vrhunsku, prirodno i nutritivno bogatu ribu koja ne treba nikakve „popravke“, samo pravilan pristup.

HUBiH: Kako biste opisali misiju i viziju Baribe?

DELILA: Naša misija je jednostavna – ponuditi proizvode iz kojih ponosno možemo stati i reći „Ovo dolazi iz Bosne i Hercegovine od domaćih sirovina“. Vizija nam je da domaći, kvalitetni riblji proizvodi postanu standard, a ne izuzetak.

HUBiH: Kako se Bariba razvijala od prvih dana do današnje pozicije na tržištu?

DELILA: Razvoj je bio postepen, ali stabilan. Od male proizvodnje i direktne prodaje „od vrata do vrata“ došli smo do toga da su naši proizvodi dostupni širom BiH, a sada i Crne Gore.

Rasli smo onoliko koliko smo mogli ispratiti kvalitetom, nikada obrnuto. Svaki korak naprijet je dolazio tek kada smo bili sigurni da možemo zadržati isti standard koji smo imali na početku.

”
Vjerujemo da kvalitet počinje na izvoru, a domaći proizvođači su ključ toga.

HUBiH: Koje strategije ste koristili da se Bariba istakne u konkurenciji prehrambenih proizvoda u BiH i regiji?

DELILA: Nismo pokušavali biti najjeftiniji niti najglasniji – trudili smo se biti najpošteniji prema

proizvodu. Fokus je bio na kvalitetu sirovine, transparentnoj proizvodnji i autentičnom okusu. Umjesto da pratimo trendove, pokušavamo ponuditi nešto što prije nije postojalo ili nije bilo dostupno u tom obliku na našem tržištu.

BARIBA
Čisto. Iz prirode.

Filet pastrmke
hladno dimljeni

Eskimi i **BARIBA**, šta im je zajedničko?
Tajna prirodnog čuvanja ribe. Tradicionalnim načinom dimljenja najkvalitetnijih fileta ribe iz čistih rijeka Bosne i Hercegovine uspjeli smo očuvati sve nutritivne vrijednosti i ponuditi vam čistu prirodu. **ČISTO. IZ PRIRODE.**

SPREMNO ZA JELO BOGATO SA OMEGA 3 DOMAĆI PROIZVOD



HUBiH: Možete li nam opisati proces proizvodnje vaših dimljenih i svježih proizvoda?

DELILA: Proces počinje od odabire ribe vrhunskog kvaliteta i strogo kontrolisanih uslova obrade. Sve radimo pažljivo, ručno i bez ubrzavanja prirodnih procesa. Dimljenje se radi na tradicionalan način, bez umjetnih pojačivača okusa. Ideja je da proizvod zadrži svoj prirodni karakter, a ne da ga sakrije iza dodataka.

HUBiH: Koje standarde kvalitete i kontrole koristite kako biste osigurali vrhunske proizvode?

DELILA: Radimo po HACCP sistemu kontrole, ali za nas to nije samo formalnost nego svakodnevna praksa. Kontrolišemo sve – od sirovine do gotovog proizvoda. Standardi postoje da bi se pratili, ali i da bi se nadmašili kad god je moguće.

HUBiH: Koji je omiljeni ili najprepoznatljiviji proizvod Baribe i zašto?

DELILA: Hladno dimljeni filet pastrmke je definitivno proizvod po kojem nas ljudi najviše prepoznaju. To je i naš prvi proizvod. Razlog je jednostavan – čista sirovina, prirodan proces i autentičan okus. Ljudi osjete razliku. Sigurno ne smijemo izostaviti druge proizvode koji sada pronalaze svoje kupce, a moramo spomenuti naše namaze od dimljene pastrmke koji sve više i više pronalaze put do frižidera širom BiH.

HUBiH: Koliko je važna lokalna proizvodnja i saradnja s domaćim proizvođačima u vašem poslovanju?

DELILA: To je temelj svega što radimo. Vjerujemo da kvalitet počinje na izvoru, a domaći proizvođači su ključ toga. Osim kvaliteta, tu je i odgovornost prema lokalnoj zajednici i ekonomiji.



Novi proizvodi su stigli!

HUBiH: Koja je vaša ciljna grupa potrošača i kako se trudite da ih zadovoljite?

DELILA: Naši kupci su svi ljudi koji daju značaja onome što konzumiraju, dakle oni koji obraćaju pažnju na to šta jedu. Svi koji traže prirodnu i nutritivno vrijednu hranu. Trudimo se da ponudimo proizvod kojem mogu vjerovati bez razmišljanja.

HUBiH: Koji su vaši kratkoročni i dugoročni ciljevi za kompaniju?

DELILA: Kratkoročno planiramo unapređenje ponude i još veću dostupnost proizvoda. Dugoročno planiramo stabilno širenje na nova tržišta, ali bez kompromisa po pitanju kvalitete.

HUBiH: Planirate li uvođenje novih proizvoda ili proširenje ponude na tržište regije ili šire?

DELILA: Uvijek radimo na novim idejama i proizvodima. Dakle uskoro planiramo tržištu ponuditi poseban asortiman kada su u pitanju riblji proizvodi. Imamo još planova u ovoj godini što se tiče širenja našeg asortimana, malo čak i van okvira pastrmke i ribe, ali više informacija o tim proizvodima ćemo još malo čuvati u tajnosti. Paralelno radimo i na širenju prisutnosti izvan BiH i Crne Gore.

HUBiH: Kako vidite Baribu za 10-15 godina – idealni cilj?

DELILA: Idealno, da budemo prepoznati kao sinonim za kvalitetne domaće riblje proizvode, ne samo regionalno već i šire. Ali najvažnije je da i za 15 godina zadržimo isti pristup s kojim smo počeli – pošten proizvod i povjerenje kupaca.



Endrina Muqaj: Uspjeh je kada jelo izazove emociju

Pobjednica MasterChef Hrvatska o disciplini, pritisku i stvaranju gastronomije koja spaja preciznost i emociju.

Za Endrinu Muqaj pobjeda u MasterChef Hrvatska 2025. nije bila samo titula, već prekretnica koja je definisala njen profesionalni identitet. „MasterChef je za mene bio jedna vrsta ubrzane gastronomske akademije“, ističe Endrina, naglašavajući kako su disciplina, razmišljanje pod pritiskom i tehnička preciznost postali temelj njenog rada.

Danas svoju kuhinju opisuje kao spoj modernih tehnika i autentičnih okusa, s jasnim fokusom na ravnotežu, teksturu i emociju. Iza kreativnosti stoji i snažna poslovna podloga, obrazovanje iz marketinga i strateškog menadžmenta koje joj omogućava da gastronomiju posmatra ne samo kao umjetnost, već i kao održiv, strateški vođen biznis.

„Najveći uspjeh je kada hrana stvori iskustvo koje ljudi pamte“, poručuje Endrina, potvrđujući da njena priča tek počinje, kroz projekte, edukacije i razvoj vlastitog gastronomskog potpisa.

HUBiH: Endrina, nakon pobjede u MasterChef Hrvatska kako danas gledate na to iskustvo iz profesionalne perspektive?

ENDRINA: MasterChef je za

mene bio izuzetno intenzivno iskustvo koje me profesionalno i osobno oblikovalo. U relativno kratkom vremenu prošla sam kroz ogroman broj tehnika, koncepata i situacija koje simuliraju realni tempo profesionalne kuhinje.

Danas na to gledam kao na jednu vrstu ubrzane gastronomske akademije koja me naučila disciplini, preciznosti i razmišljanju pod pritiskom.

HUBiH: Koliko vam je MasterChef otvorio vrata profesionalnog gastronomskog svijeta i šta se najviše promijenilo u vašoj karijeri nakon pobjede?

ENDRINA: MasterChef mi je definitivno otvorio vrata prema širem gastronomskom svijetu. Nakon pobjede dobila sam priliku surađivati s brojnim restoranima, hotelima i brendovima, ali ono što se najviše promijenilo je odgovornost. Ljudi sada prate moj rad i očekuju kvalitetu, kreativnost i dosljednost, što me motivira da stalno radim na sebi i razvijam svoj stil.

HUBiH: Kako biste opisali svoj kulinarski stil danas i koliko se on promijenio od početka takmičenja?

ENDRINA: Moj stil danas bih opisala kao spoj modernih

tehnika i snažnog oslanjanja na autentične okuse. Na početku sam više eksperimentirala, dok danas više razmišljam o ravnoteži – teksturi, temperaturi, kontrastima i prezentaciji. Pokušavam stvarati jela koja su tehnički precizna, ali i emotivna, koja pričaju priču kroz okus.

HUBiH: Koje kuhinje, tehnike ili chefovi su najviše uticali na vaš profesionalni identitet?

ENDRINA: Veliki utjecaj na mene imaju moderne japanske tehnike, ali i europska fine dining filozofija. Fascinira me način na koji japanska kuhinja poštuje sastojak, dok europska kuhinja donosi kompleksnost tehnika. Inspiraciju crpim iz različitih chefova i restorana koji stalno pomiču granice kreativnosti.

HUBiH: Kako vidite trenutni razvoj gastronomije i ugostiteljstva u regionu?

ENDRINA: Mislim da se gastronomija u regiji razvija u jako zanimljivom smjeru. Sve više kuhara počinje cijeniti lokalne proizvode i tradiciju, ali ih interpretira na moderan način. To je ključ razvoja – spoj autentičnosti i inovacije. Također vidim sve veću profesionalizaciju sektora i veću otvorenost prema međunarodnim trendovima.

INTERVJU: Endrina Muqaj, chefica i pobjednica MasterChef Hrvatska 2025





HUBiH: Koliko je edukacija važna u gastronomiji i na koji način se vi danas profesionalno usavršavate?

ENDRINA: Edukacija je apsolutno ključna. Gastronomija je industrija u kojoj se konstantno uči. Ja se trudim stalno istraživati nove tehnike, pratiti rad vrhunskih restorana, sudjelovati u projektima, radionicama i suradnjama s drugim chefovima. Svako novo iskustvo je prilika za učenje.

HUBiH: Prije kulinarstva dolazili ste iz drugačijeg poslovnog okruženja, kako vam je to iskustvo pomoglo u profesionalnoj kuhinji?

ENDRINA: Moja poslovna i

ekonomska pozadina mi je zapravo jako pomogla. Naučila sam razmišljati strateški, organizirati projekte i razumjeti širu sliku gastronomskog biznisa. Kuhinja nije samo kreativnost, nego i logistika, planiranje i održivost poslovanja.

HUBiH: Kako se nosite s pritiskom, očekivanjima i tempom rada koji nosi profesionalna gastronomija?

ENDRINA: Profesionalna kuhinja je vrlo zahtjevno okruženje, ali mislim da je ključ u disciplini i mentalnoj stabilnosti. Naučila sam raditi fokusirano i smireno čak i u stresnim situacijama. Pritisak zapravo doživljavam kao dio procesa koji vas tjera da budete bolji.

”
Kuhinja nije samo kreativnost, nego i logistika, planiranje i održivost poslovanja.

Endrina Muqaj je hrvatska chefica, poduzetnica i pobjednica kulinarskog natjecanja MasterChef Hrvatska 2025, poznata po modernom pristupu gastronomiji koji spaja kreativnost, preciznu tehniku i snažan osjećaj za okus.

Rođena je u Hrvatskoj, gdje je razvila svoju strast prema hrani i kreativnom izražavanju kroz kuhanje. Široj publici postala je poznata nakon pobjede u MasterChefu, gdje se istaknula inovativnim jelima, tehničkom preciznošću i sposobnošću rada pod velikim pritiskom.

Endrina ima snažnu akademsku podlogu u području poslovanja i menadžmenta. Diplomirala je Marketing na RIT Croatia (Rochester Institute of Technology) u razdoblju od 2016. do 2020. godine. Nakon toga nastavila je svoje obrazovanje na međunarodnoj razini te završila MBA iz strateškog menadžmenta i leadershipa na Swiss School of Business and Management (2020–2023), gdje je ostvarila najvišu ocjenu 4.0. Dodatno je svoje znanje proširila kroz MBA program iz strateškog menadžmenta i leadershipa na University of Bolton tijekom 2023. godine.

Kombinacija poslovnog obrazovanja i kulinarske strasti omogućila joj je jedinstven pristup gastronomiji – ne samo kao kreativnoj disciplini, nego i kao industriji koja zahtijeva strategiju, organizaciju i inovaciju.

Nakon pobjede u MasterChefu razvija karijeru kroz gastronomske projekte, kulinarske radionice, suradnje s restoranima, hotelima i prehrambenim brendovima, kao i kroz edukativne i kreativne projekte vezane uz gastronomiju.

Njezin kulinarski stil temelji se na spoju modernih tehnika i autentičnih okusa, uz snažan fokus na prezentaciju, ravnotežu tekstura i stvaranje iskustva kroz hranu.





MasterChef je za mene bio jedna vrsta ubrzane gastronomske akademije koja me naučila disciplini, preciznosti i razmišljanju pod pritiskom.

HUBiH: Koji su vaši naredni profesionalni ciljevi i u kojem pravcu želite razvijati svoju karijeru?

ENDRINA: Želim nastaviti razvijati svoj kulinarški identitet kroz različite projekte – od gastronomskih događanja i suradnji s restoranima do edukacija i vlastitih koncepata. Dugoročno me zanima stvaranje projekata koji spajaju gastronomiju, kreativnost i iskustvo za goste.

HUBiH: Vidite li sebe u edukaciji mladih kuhara ili mentorstvu u budućnosti?

ENDRINA: Apsolutno. Smatram da je dijeljenje znanja jako važno. Voljela bih u budućnosti sudjelovati u edukaciji mladih kuhara, kroz radionice ili mentorstvo, jer mislim da nova generacija ima ogroman potencijal.

HUBiH: Kako, po vašem mišljenju, regionalna saradnja može unaprijediti gastronomsku scenu?

ENDRINA: Regionalna saradnja je jako važna jer dijelimo slične tradicije, namirnice i kulinarsko nasljeđe. Kroz razmjenu znanja, zajedničke projekte i festivale možemo stvoriti snažniju gastronomsku scenu koja će biti prepoznata i izvan regije.

HUBiH: I na kraju, šta za vas znači uspjeh danas nakon velikog takmičarskog priznanja?

ENDRINA: Danas uspjeh za mene ne znači samo nagradu ili priznanje. Uspjeh je mogućnost da radim ono što volim, da se stalno razvijam i da kroz hranu stvaram iskustva koja ljudi pamte. Najveći uspjeh je kada jelo izazove emociju kod osobe koja ga jede.





Caffè Vergnano: Italijanska tradicija espresso, još snažnije prisutna u BiH

Caffè Vergnano je već nekoliko godina prisutan na tržištu Bosne i Hercegovine kroz partnerstvo s kompanijom Complex, a u 2026. godini ulazi u novu fazu razvoja – s još snažnijim fokusom na HoReCa segment, širenje distribucije i dodatno jačanje svog premium pozicioniranja.

Osnovan davne 1882. godine u maloj trgovini u Chieriju, nadomak Torina, Caffè Vergnano danas je jedan od najstarijih italijanskih proizvođača kafe koji je i dalje u vlasništvu iste porodice. Upravo kontinuitet upravljanja i potpuna kontrola procesa – od selekcije sirovine do finalne šoljice – čine temelj njegove reputacije na međunarodnom tržištu.

Sporiji proces obrade kao filozofija

Za razliku od ubrzanih industrijskih metoda, Caffè Vergnano ostaje vjeran sporijem procesu termičke obrade u pažljivo kontrolisanim ciklusima. Ovakav pristup omogućava potpun razvoj aromatskog

profila svake mješavine – od suptilnih cvjetnih i voćnih nota do izraženijih tonova čokolade i orašastih plodova.

Rezultat je espresso sa stabilnom, gustom kremom i dugotrajnim, uravnoteženim završetkom – karakteristikom koja je presudna u profesionalnom HoReCa okruženju, gdje se zahtijeva potpuna konzistentnost iz šoljice u šoljicu.

Istovremeno, kompanija kontinuirano ulaže u kontrolu kvaliteta i održivost nabavke sirovine, zadržavajući transparentnost porijekla zrna i visok standard obrade.



Caffè Vergnano u BiH: partnerstvo s Complexom

Caffè Vergnano je već nekoliko godina dio bosanskohercegovačkog HoReCa tržišta zahvaljujući partnerstvu s kompanijom Complex, ekskluzivnim zastupnikom za BiH.

Nakon inicijalne faze pozicioniranja, u 2026. godini započinje period intenzivnijeg razvoja, s ciljem jačanja prisutnosti u premium ugostiteljskim objektima i dodatnog unapređenja profesionalne podrške partnerima.

Sa dvadeset godina iskustva u segmentu premium gastronomskih i ugostiteljskih proizvoda, Complex nastavlja graditi Caffè Vergnano kao referentni italijanski espresso na domaćem tržištu.

Asortiman za profesionalce i kućne ljubitelje kafe

Ponuda Caffè Vergnano u Bosni i Hercegovini obuhvata

različite formate prilagođene savremenim potrebama tržišta.

Posebno mjesto zauzimaju kapsule kompatibilne sa najpopularnijim sistemima za pripremu kafe. Razvijene su tako da zadrže autentičan Caffè Vergnano profil okusa uz maksimalnu praktičnost i precizno doziranu mješavinu, što osigurava konzistentan rezultat.

U ponudi su i cialde, odnosno ESE podovi, format koji omogućava jednostavnu pripremu espressa sa punom aromom i stabilnom kremom bez kompromisa u kvalitetu. Ovaj sistem je posebno pogodan za manje ugostiteljske objekte, kancelarije i koncept prostore u kojima se traži standardizovan rezultat uz minimalnu operativnu složenost.



Vizuelni identitet koji gradi doživljaj

Caffè Vergnano prepoznatljiv je i po brendiranim espresso šoljicama koje prate vizuelni identitet pojedinih linija brenda. U ponudi su, između ostalog, klasične crne i bijele varijante sa 1882 logotipom, kao i specijalne kolekcije poput Women in Coffee. Kroz dosljedan dizajn ambalaže i opreme za serviranje, brend dodatno naglašava svoj premium karakter i profesionalni standard.

Od ambalaže do detalja u prezentaciji, Caffè Vergnano gradi prepoznatljiv identitet koji ugostiteljima omogućava da kroz svaki element serviranja prenesu poruku kvaliteta, tradicije i dugogodišnjeg iskustva.

Sigurnost izbora za profesionalce

U segmentu profesionalnog ugostiteljstva kafa nije samo proizvod – ona je potpis objekta. Sa

više od 140 godina iskustva i kontinuitetom porodičnog upravljanja, Caffè Vergnano nudi stabilan kvalitet, snažnu priču i estetsku prepoznatljivost.

Nakon nekoliko godina prisustva na tržištu, kroz partnerstvo s kompanijom Complex započinje nova razvojna faza s jasnim fokusom na premium HoReCa segment, edukaciju i dugoročnu saradnju s ugostiteljima koji traže pouzdan kvalitet i prepoznatljiv identitet.

Za više informacija o asortimanu i mogućnostima saradnje u HoReCa segmentu, zainteresovani partneri mogu se obratiti kompaniji Complex, ekskluzivnom zastupniku za Bosnu i Hercegovinu.

info@complex.ba
+387 33 273 800




MANUEL
Caffè



NAPOLI
TOSTATURA DECISA

INTENZITET koji se pamti


Bogata struktura i izražena
aroma. Napoli donosi **energiju**
juga Italije u svakoj šoljici.
Za one koji biraju snažan,
autentičan karakter.



Uvoznik i distributer za BiH

COMPLEX

 +387 33 273 800

 +387 33 273 801

 info@complex.ba

 www.complex.ba

 Complex d.o.o.

 complex.ba



Aleš Gorenc: Kafa je društveni most – sve počinje jednostavnim pitanjem: Idemo na kafu?

Latte art ne mijenja okus, ali mijenja doživljaj – to je prvi gutljaj koji pijemo očima.

Od prvog susreta s V60 metodom na takmičenju u Slovačkoj, gdje je – kako sam kaže – prvi put zaista popio dobru kafu, do rada na Olimpijskim igrama i statusa jednog od rijetkih nosilaca LAGS Zlatni lončić licence u svijetu, Aleš je izgradio impresivnu karijeru u specialty coffee industriji. Ipak, iza nagrada i titula stoji jednostavna filozofija: kafa je prije svega iskustvo koje povezuje ljude.

Na HUBiH Festivalu u Sarajevu održao je masterclass simboličnog naziva „Pa samo je to kafa? ... ili?“, gdje je publici pokazao da kafa nije samo napitak, već kompleksan svijet aroma, tehnika, edukacije i kreativnosti. Kroz razgovor otkriva kako takmičenja oblikuju vrhunskog baristu, zašto su greške neizostavan dio učenja te na koji način želi novu generaciju barista motivirati da pomjeraju granice ove industrije.

HUBiH: Aleš, prije nego što krenemo u specialty coffee svijet i vaš masterclass koji je održan 07.02.2026. u Sarajevu, možete li nam ispričati kako je počela vaša ljubav prema kafi i šta Vas je motivisalo da postanete barista?

ALEŠ: Ljubav prema kavi zapravo je počela još dok sam pohađao višu školu za ugostiteljstvo. Sve je započelo tako što za jedno natjecanje nismo imali prijavljenog kandidata, pa sam se na kraju javio ja.

Natjecanje je održano u Slovačkoj, u Prešovu, gdje sam tada osvojio posljednje mjesto. Ipak, upravo tamo sam prvi put vidio metode pripreme poput V60 i Aeropressa, a iskreno – tada sam prvi put popio i zaista dobru kavu. To je bilo prije otprilike petnaest godina.

INTERVJU: Aleš Gorenc,
barista



HUBiH: Vaš profesionalni put je impresivan, od rada na Olimpijskim igrama u Pjongčangu do sudije na svjetskim prvenstvima, koja iskustva smatrate ključnim za razvoj Vaše stručnosti?

ALEŠ: Pomalo od svega, svakako. Barista nije samo stručnjak koji ima znanje o kavi – prije svega treba biti dobar u ugostiteljstvu i u posluživanju gosta koji mu dolazi na kavu. Za kavu često kažem da je 'društveni most', jer nas okuplja i povezuje. Sve zapravo počinje od jednostavnog pitanja: 'Idemo na kavu?' Na kraju je možda čak i ne popijemo, ali sve počinje upravo tom jednostavnom rečenicom.

HUBiH: Imate bogato iskustvo u ugostiteljstvu i barističkom svijetu, kako kombinujete praktične vještine s edukacijom i mentoringom drugih barista?

ALEŠ: Rekao bih da i ja pritom puno naučim kada netko dođe u Barcaffè Akademiju kako bih mu bio mentor. Svi smo međusobno toliko različiti da, iako osnovna nit ostaje ista, način na koji nešto objašnjavamo uvijek je drugačiji. U tome mi je mnogo pomoglo i iskustvo koje sam stekao radeći, kako ste već spomenuli, primjerice na Olimpijskim igrama – naučiš se prilagoditi ljudima i situacijama te ne odustajati dok ne postigneš rezultat koji želiš i ti, ali i osoba koja je došla po novo znanje.

HUBiH: Vi ste višestruki dobitnik nagrada, uključujući Zlatni lončić i titule državnog barističkog prvaka, koliko takmičenje doprinosi vašem profesionalnom razvoju i kreativnosti?

ALEŠ: Najviše, 100%. Razlika, barem meni, je u tome što kada dnevno radim s kavom, ne ulazim u baš sve detalje i sitnice koje na kraju čine veliku razliku.

Prije toga, ritam dana je takav da nemaš ni vremena ni fokusa da sve detaljno pratiš. Kada se pak odlučiš pripremati za natjecanje, tada odvojiš vrijeme za vježbanje, nekako ga pronađeš u danu i želiš ga maksimalno iskoristiti. A uz to dolazi i mnogo novih iskustava i znanja.



HUBiH: Kakav je osjećaj biti jedan od samo 13 ljudi na svijetu s važećom LAGS Zlatni lončić licencom i sudija na prestižnim natjecanjima?

ALEŠ: Naravno da sam bio ponosan na sebe što mi je uspjelo položiti ispit. Sad su prošle dvije godine i već imam nekoliko kandidata za koje mislim da bi mogli osvojiti Zlatni lončić. Već neko vrijeme vježbamo i nadam se da će do kraja godine barem još jedan ili dva uspjeti. Od početka mi je to bila najveća motivacija, jer latte art zapravo nikada nije bio moj prvi izbor. Prije svega zavolio sam kavu – njezine arome, okuse i pripremu. Shvatio sam da latte art brzo može privući više pažnje od onih kojima nešto podučavaš, pa kad sam krenuo tim putem, želio sam naučiti sve što mogu kako bih to znanje mogao prenijeti drugima koji žele ići istim putem. Jer prije nekoliko godina toga kod nas gotovo da nije bilo, a možda i danas nije sasvim razvijeno.

Trendovi se brzo mijenjaju, a jedan od najnovijih je espresso batch.

HUBiH: Na HUBiH Festivalu ste održali masterclass „Pa samo je to kafa? ... ili?“, kako je proteklo predavanje i šta je, po Vašem mišljenju, posebno privuklo pažnju učesnika?

ALEŠ: Kad smo već razgovarali o latte artu, tu bih se nadovezao – mislim da je najviše pažnje bilo upravo na kraju, kad smo radili latte art. Kava je, zapravo, vrlo širok pojam, a sudionici su bili vrlo različiti – od osobe koja kavu jednostavno voli, do barista koji godinama radi s kavom. Teško je tada pronaći pravu mjeru znanja koju želiš prenijeti. Latte art, međutim, svi razumiju. Možda nam je vrijeme brzo isteklo, ali nadam se da bi bilo vrlo zanimljivo kada bismo imali priliku probati i cupping.

HUBiH: Kojim pristupom nastojite približiti kompleksnost specialty coffee kulture publici koja možda misli da je kafa samo piće?

ALEŠ: Cuppingom se također može pokazati spajanje kave s hranom, slatkijima ili vinom. Priprema se kava na različite načine, primjerice espresso, ibrik, filter. Na kraju se može završiti s potpisnim napitkom – signature epićem, bezalkoholnim koktelom. Može se predstaviti i druge dijelove kave, poput cvijeta ili cascara.

HUBiH: Koji su najzanimljiviji trendovi u svijetu kafe koje pratite i koje biste preporučili kolegama i entuzijastima?

ALEŠ: Trendovi se brzo mijenjaju, a jedan od najnovijih je espresso batch – espresso pripremljen unaprijed. Po meni, neki trendovi nisu nužno najbolji i možda bi to bila dobra tema za neki drugi put. Ovom prilikom preporučio bih trendove koji su već poznati, a možda ih još netko nije imao prilike probati. Primjerice, cold brew – klasičan ili, za malo više zabave, s dodatkom tonica, što je izvrstan osvježavajući napitak za vruće dane. Moj osobni favorit je kombinacija mandarine i žajbala, s dodatkom zdrobljenog leda i



malo ruma, tako da se dobije efekt sličan mojitu. Što se tiče kava, preporučio bih više klasične opcije nego najnovije fermentacijske trendove ili co-fermented kave (gdje se kava fermentira s voćem i dobiva intenzivnu aromu tog voća). Popularnije su dobre, oprane afričke kave. Ako vam voćnost nije prioritet, probajte američke kave, a ako ih još niste kušali na filter način, preporuka je V60.

Za kraj, kako biste motivirali lokale i bariste, svakako dajte priliku i koktelima s kavom – mislim da vas neće razočarati.

HUBiH: Latte art je danas vrlo popularan, ali koliko je zaista važan u profesionalnom barističkom svijetu?

ALEŠ: Isto kao što je važna dekoracija na tanjuru u dobrim restoranima – i ona sama po sebi ne mijenja okus, ali ima indirektan učinak. Prvo je vizualni dojam; ljudi već na temelju njega mogu procijeniti što mogu očekivati od kave prije nego što je uopće probaju.

HUBiH: Koji su vaši savjeti mladim ljudima i početnicima koji žele graditi karijeru u specialty coffee industriji?

ALEŠ: Možda ne samo za specialty kavu, nego za sve koji su zainteresirani za kavu – kvaliteta kave, znanje i tehnologija sada su napredovali na svim razinama. Najvažnije je imati ljubav prema kavi i ne bojati se isprobati nešto novo, pa čak i napraviti što više grešaka, jer se tako najviše nauči.

Iz vlastitog iskustva bih dodao da sada i u našim zemljama postoji mnogo dobrih barista. Kada idete na sajmove ili natjecanja, svi se okupljamo pa slobodno postavite što više pitanja koja vas zanimaju – svima je u interesu da nas bude što više i da industrija ide naprijed.

”

Barista nije samo stručnjak koji ima znanje o kavi, prije svega treba biti dobar i ugostiteljstvu i posluživanju gosta koji mu dođe na kavu.





KULINARSKI INSTITUT KUL IN



KUL IN

KUL IN

PRVA MEĐUNARODNA
KULINARSKA ŠKOLA
U REGIONU



WWW.KULINST.HR



KUL IN

KUL IN

ODABERI EDUKACIJU I STVORI NOVE
PRILIKE U STRUCI KOJU VOLIŠ



Temelj kvalitete u ugostiteljstvu? Ulaganje koje se vraća

Ugostiteljstvo je jedna od najzahtjevnijih industrija današnjice. Trendovi se mijenjaju mijenjaju gotovo preko noći, a očekivanja gostiju rastu – na globalnoj, ali i na lokalnoj razini. Takav moderan gost brzo primijeti (ne)organizaciju i protok usluge, (ne)poznavanje kulinarskih tehnika, (ne)smislenost vinske karte ili (ne)profesionalnu komunikaciju. Upravo zato edukacija zaposlenika u ugostiteljstvu više nije luksuz ili dodatna vrijednost, već se podrazumijeva.

Kvaliteta usluge počiva na znanju i sigurnosti

Dobra usluga ne događa se slučajno nego proizlazi iz znanja, rutine i samopouzdanja. Djelatnik koji razumije svoj posao donosi sigurnost i sebi i gostu. Bez obzira govorimo li o kuharima, slastičarima, konobarima, menadžerima ili vlasnicima objekata, razina njihove stručnosti izravno utječe na zadovoljstvo gosta. Gost danas traži profesionalnu, ali toplu uslugu, poznavanje namirnica i vina, razumijevanje prehrambenih navika i alergena, prezentaciju jela, brzinu i preciznost. Takva ravnoteža ne dolazi sama od sebe – ona je rezultat iskustva koje ima čvrsto uporište u kvalitetnoj edukaciji.

Motiviran tim aka stabilno poslovanje

Kontinuirano usavršavanje zaposlenika doprinosi i većoj motivaciji tima. Ulaganje u znanje zaposlenicima šalje jasnu poruku da su važni i da im se vjeruje. Edukacija otvara prostor za osobni i profesionalni razvoj, generira nove ideje, povećava samopouzdanje te smanjuje fluktuaciju

radne snage. Ne treba zanemariti ni financijski aspekt. Educirano osoblje znači manje pogrešaka i troškova, bolje upravljanje namirnicama i vremenom te lakše implementiranje novih tehnologija. Edukacija postaje investicija s mjerljivim povratom i ono što reputaciju ugostiteljskog objekta stavlja u sigurne ruke djelatnika koji su sigurni u sebe. U tom smislu, edukacija nije trošak – već investicija s jasnim povratom.

Upravo zato sve veću važnost imaju strukturirani, praktično usmjereni programi koji prate realne potrebe industrije.

Mjesto gdje svatko može pronaći edukaciju za sebe

U Hrvatskoj takav sustavan pristup edukaciji u gastronomiji i ugostiteljstvu već godinama razvija Kulinarski Institut Kul IN.

Škola je prepoznata kao mjesto na kojem početnici, ali i iskusni kuhari, slastičari, konobari, sommelieri i voditelji mogu pronaći program





prilagođen vlastitim potrebama i razini znanja. Kao edukacijski centar usmjeren realnim potrebama tržišta, Kul IN je prilagođen različitim tipovima ugostiteljskih objekata – od restorana i hotela do catering tvrtki i barova.

Edukacije se održavaju tijekom cijele godine, različitih su duljina trajanja, od intenzivnih specijaliziranih radionica do opsežnijih profesionalnih programa, što omogućuje polaznicima i poslodavcima da odaberu format koji najbolje odgovara njihovim ciljevima i sezonskoj dinamici poslovanja. Fokus svih programa je na intenzivnoj praktičnoj nastavi u malim grupama, uz rad s vrhunskim predavačima i mentorima iz struke. Rezultat je znanje koje je odmah primjenjivo u stvarnom radnom okruženju.

Ulaganje u znanje kao priprema za budućnost

U konačnici, kvaliteta restorana, hotela ili bara uvijek se svodi na ljude. A kada su ljudi sigurni u svoje znanje i vještine, tada i cijeli sustav postaje stabilniji, profesionalniji i održiviji. Edukacija zaposlenika u ugostiteljstvu stoga nije jednokratni projekt, već trajni proces koji je u simbiozi s napretkom i jačanjem gastro identiteta države.



Amir Šehović: Desert mora osvojiti i oko i nepce

U modernom slastičarstvu presjek, tekstura i vizuelni utisak jednako su važni kao i sam okus.

INTERVJU: Amir Šehović, prezentator i edukator slastičarskog programa u IFFCO Velvetu



Slastičarstvo danas daleko nadilazi tradicionalno shvatanje pripreme kolača, ono je spoj kreativnosti, preciznosti, tehnologije i razumijevanja tržišta. Amir Šehović, prezentator i edukator slastičarskog programa u IFFCO Velvetu, kroz razvoj novih proizvoda i edukaciju partnera svakodnevno doprinosi unapređenju profesionalne slastičarske scene. U razgovoru otkriva kako je započeo svoju karijeru, šta je naučio radeći u slastičarnama, kako nastaje novi desert u Demo centru te koji trendovi oblikuju budućnost slastičarstva u Bosni i Hercegovini i šire.

HUBiH: Amire, kako ste otkrili svoju strast prema slastičarstvu?

AMIR: Moj ulazak u slastičarstvo bio je slučajan, ali je brzo postao svjestan izbor. Nakon promjene škole, otkrio sam koliko me privlači kreativni proces stvaranja deserta i rad s ljudima. Taj početak me doveo do karijere u kojoj danas kroz IFFCO Velvet razvijam nove proizvode i edukujem partnere širom tržišta.

HUBiH: Šta ste najviše naučili radeći u slastičarni Kup i slastičarni Badem?

AMIR: Prvo radno iskustvo u slastičarni Kup naučilo me odgovornosti i timskom radu, počevši od osnovnih koraka koje smatram ključnim za profesionalni razvoj. Tamo sam se prvi put susreo s printanim jestivim slikama na kolačima, radom s jestivim bojama i rižinim papirom kao podlogom za print, što mi je otvorilo potpuno novu dimenziju estetike u slastičarstvu. Shvatio sam da desert nije samo pitanje okusa, već i vizualne priče koja komunicira s kupcem.

Rad u slastičarni Badem dodatno me profesionalno oblikovao, posebno u segmentu organizacije proizvodnje i rada pod pritiskom zbog većeg obima posla. Tamo sam naučio koliko su dosljednost kvaliteta, brzina i preciznost ključni za uspješno poslovanje. Također sam stekao dublje razumijevanje tradicionalnih recepata i načina kako ih prilagoditi modernim trendovima, što danas koristim pri razvoju novih proizvoda i edukaciji partnera, pomažući im da unaprijede svoje recepte i postignu vrhunске rezultate.



HUBiH: Kako ste prešli iz proizvodnje u edukaciju?

AMIR: Ljubav prema izradi kolača prirodno me vodila ka eksperimentisanju - s recepturama, okusima, oblicima i bojama. Kolege su me često tražile za savjete, i tada sam shvatio koliko uživam u objašnjavanju procesa i prenošenju znanja. Kada se otvorila prilika za poziciju prezentatora slastičarskih proizvoda u IFFCO Velvet-u, prepoznao sam šansu da to iskustvo podijelim na sistemski način - kroz edukacije i praktične demonstracije kupcima, kako bi unaprijedili svoje proizvode i optimizirali procese u pripremi slastica. Danas s lakoćom pristupam partnerima i rado im pomažem kada se pojave izazovi u proizvodnji, istovremeno im pokazujući nove mogućnosti koje donose inovativne IFFCO Velvet sirovine.

HUBiH: Kako izgleda proces razvoja novog proizvoda?

AMIR: Svakodnevnu inspiraciju pronalazim u stručnoj literaturi, stručnim časopisima, specijaliziranim portalima, platformama poput Pinteresta, ali i prateći trendove iz Italije, Francuske i Belgije. Posebno su me fascinirale inovacije

predstavljene na sajmu SIGEP 2026. u Italiji, gdje se jasno vidi smjer modernog slastičarstva - spoj estetike, praktičnosti i intenzivnog okusa.

Osluškiivanje tržišta je jednako važno. Primjerice, rastuća potražnja za posnim programom potaknula nas je da razvijemo sirovine i recepte s posnim nadjevima, šlagovima i kremovima iz portfolija IFFCO Velvet-a, ali s punim okusom i atraktivnim izgledom. Cilj je uvijek isti - desert koji je moderan, funkcionalan i jednostavan za primjenu u profesionalnoj proizvodnji.

Razvoj proizvoda u Demo centru IFFCO Velvet-a često počinje uz jutarnju kafu - zapisujem ideje, biram sirovine i kombinujem ukuse. Poseban fokus stavljam na kompatibilnost okusa i vizualni efekat; na primjer kod torti i monoporcija presjek je izuzetno važan, pa pažljivo biram kombinaciju boja i tekstura da desert bude estetski privlačan i odmah prepoznatljiv kupcu.

Faza eksperimentisanja uključuje testiranje receptura u više varijanti - mijenjam odnos masnoće, šećera i vode kako bih dobio idealnu teksturu i

stabilnost, kombinujem sastojke da pronađem balans između voćnih, mliječnih i čokoladnih nota, prilagođavam oblike specifičnoj primjeni - bilo da je riječ o monoporciji, torti ili desertnoj čaši - te slojevito gradim okuse kroz hrskave slojeve, kremaste mousse-e, voćne insere i variegato prelive.

Često izrađujem nekoliko testnih verzija istog proizvoda, fokusirajući se zasebno na teksturu, boju i intenzitet okusa. Tek nakon degustacije s timom i kolegama iz IFFCO Velvet-a biramo najbolju varijantu.

Najviše uživam u trenutku kada prvi put probam desert koji smo zajedno razvili - vidim osmijeh kolega i znam da će ovo razveseliti i naše partnere i njihove goste. Taj osjećaj stvara posebnu povezanost između mene, tima i svakog proizvoda koji izlazi iz Demo centra.

Posebnu pažnju posvećujem praktičnosti - rok trajanja, ponašanje proizvoda u vitrini ili nakon pečenja. Kao prezentator i edukator uvijek razmišljam kako će partneri koristiti proizvod u realnim uslovima, kako bi im olakšao rad i pomogao da pruže vrhunski desert svojim gostima.



HUBiH: Kako spajate preciznost i kreativnost?

AMIR: Svaka ideja u slastičarstvu zahtijeva maksimalnu estetsku preciznost. Kao što arhitekti koriste linijar, i mi primjenjujemo posebne alate kako bismo postigli savršenu simetriju i vizualnu ravnotežu. Istovremeno, svaka receptura zahtijeva precizno vaganje svih sastojaka - jer bez preciznosti nema stabilnog proizvoda, a bez kreativnosti nema prepoznatljivog i upečatljivog rezultata koji ističe kvalitet sirovina.

HUBiH: Možete li izdvojiti primjer inovacije na koji ste ponosni?

AMIR: Svaka prodajna prezentacija u IFFCO Velvet-u počinje u oku posmatrača - mora biti vizuelno upečatljiva i drugačija od svega što su kupci do tada vidjeli. Upravo tržišna očekivanja nas podstiču na stalnu kreativnost, jer inovativne i prepoznatljive prezentacije naših proizvoda jačaju brend IFFCO Velvet i direktno doprinose većoj prodaji.



Ali jedan od trenutaka na koji sam najponosniji bio je kada smo za HoReCa event razvili desert koji demonstrira stabilnost naših punjenja i njihovu primjenu u industrijskoj proizvodnji. Nakon degustacije, jedan od najvećih kupaca odlučio je uvesti naš krem u svoju liniju kroasana. Taj trenutak mi je pokazao koliko inovacija u prezentaciji i recepturi može direktno uticati na poslovni rezultat i rast partnerstva sa IFFCO Velvet.

HUBiH: Koje trendove trenutno pratite?

AMIR: U IFFCO Velvet-u pratimo globalne trendove kako bismo partnerima ponudili praktična rješenja - od novih sirovina do gotovih recepata - koje omogućavaju da svaki desert bude moderan, funkcionalan i atraktivan, a partnerima lako primjenjivi u profesionalnoj proizvodnji.

Volim pratiti kako naši partneri reaguju kada im predstavimo



novi trend ili mini-desert - njihova inspiracija i entuzijazam za eksperimentisanje daju mi dodatnu motivaciju.

Trenutno imamo nekoliko ključnih trendova koji oblikuju moderno slastičarstvo i tržište u 2026. godine. Prvo, potrošače privlače manje, svjesne porcije - „manje, ali bolje“ postaje standard. Mini-deserti i monoporcije omogućavaju da užitak bude maksimalan, a količina kontrolisana, što kupcima pruža emocionalno zadovoljstvo bez kompromisa u ukusu.

Drugi veliki trend su kiseli i osvježavajući okusi: limun, višnja, malina, ali i egzotični sastojci koji pružaju intenzivan, uravnotežen i vizualno atraktivan doživljaj. Kiseli tonovi osiguravaju svježinu, kompleksnost i premium osjećaj, što ih čini savršenim za modernu gastronomiju.

Treći trend koji sam uočio na sajmu SIGEP 2026 su miks tekstura, stvaranje kontrasta: hrskavo - kremasto, gdje se u jednom zalogaju spajaju hrskavost i kremasta mekoća. Slojeviti deserti, variegato prelivi i kombinacije moussea s hrskavim elementima omogućavaju potpuno senzorno iskustvo, a pritom vizualno „pričaju priču“ koja je Instagrammable i prepoznatljiva.

Uz to, čokolada u modernom slastičarstvu postaje pravi premium i emotivni doživljaj. Kupci danas traže više od klasičnog čokoladnog okusa - žele slojevite deserte s bogatim punjenjima poput pistacije, karamela ili cheesecake nota, kombinovane s hrskavim elementima i kremastim teksturama koje stvaraju wow-efekat u presjeku. Istovremeno raste interes za biljnim i clean-label alternativama, kao i za jasnom pričom o porijeklu kaka i kvaliteti sastojaka, jer potrošači žele autentičnost i transparentnost.

U IFFCO Velvet te trendove pretvaramo u konkretna rješenja za partnere - kroz

inovativne čokoladne kremove, variegato prelive, stabilna punjenja i gotove recepte koji omogućavaju da se premium čokoladni deserti lako i dosljedno proizvode u profesionalnim uslovima.

HUBiH: Koliko je važno dijeliti znanje?

AMIR: U IFFCO Velvet-u njegujemo kulturu kontinuiranog učenja i razmjene znanja. Mladi članovi unose novu energiju, kreativnost i hrabre ideje, dok iskusnije kolege donose sigurnost, stručnost i stratešku širinu. Upravo ta sinergija inovativnosti i iskustva omogućava nam da razvijamo kvalitetna, tržišno relevantna rješenja i postignemo vrhunske rezultate.

HUBiH: Postoje li "tajne" u slastičarstvu?

AMIR: U slastičarstvu postoji mnogo „tajni“ koje čine razliku između dobrog i vrhunskog proizvoda. Od

pametne organizacije i optimizacije procesa, do vještine pojednostavlivanja pripreme proizvoda bez kompromisa na kvalitet i okus - svaki detalj je važan. Jedan od ključnih trikova je standardizacija: recepture i procesi moraju biti reproducibilni kako bi se osigurao stabilan kvalitet, čak i pri velikim količinama.

Tajna uspjeha često leži u malim, pažljivo osmišljenim detaljima - kako složiti slojeve, kombinovati kontrastne teksture ili naglasiti boje, tako da desert ne samo da vizualno impresionira, nego pruža i bogato senzorno iskustvo. I konačno, najveća tajna je razumjeti potrebe tržišta i potrošača. Svaka inovacija - od smanjenih porcija do novih okusa i tekstura - rezultat je pažljive analize trendova i brze primjene najnovijih rješenja u proizvodnji, čime IFFCO Velvet partnerima omogućava da budu korak ispred i kreiraju deserte koji osvajaju kupce.





HUBiH: Kako vidite razvoj slastičarstva u BiH?

AMIR: Slastičarstvo u Bosni i Hercegovini posljednjih godina bilježi značajan napredak. Sve je izraženiji rast premium segmenta, gdje kupci traže kvalitetnije sirovine, autentične recepte i jasnu priču o porijeklu proizvoda. Paralelno s tim, tržište se ubrzano edukuje - kroz radionice, sajmove i saradnju s međunarodnim partnerima, slastičari prate globalne trendove i kontinuirano unapređuju svoje tehnike.

Istovremeno, trendovi sve više vode ka bržoj i efikasnijoj pripremi te optimizaciji utroška sirovina, bez kompromisa u kvalitetu. To će, vjerujem, biti posebno važno u Bosni i Hercegovini zbog nedostatka kvalifikovane radne snage. Upravo oni koji uspiju ponuditi praktična, standardizirana i kvalitetna rješenja imat će jasnu konkurentsku prednost i biti lideri razvoja domaćeg tržišta.

HUBiH: Šta Vas motiviše?

AMIR: Prije svega - ljubav prema poslu. Tržište se brzo zasiti, kupci svake sezone traže nove ukuse i nove vizualne koncepte. U ovom poslu morate biti korak ispred kako bi vas ljudi pamtili po određenom kolaču - kao što tržište prepoznaje određene signature deserte koji postaju sinonim za kvalitet. Upravo ta potreba da ostavite svoj potpis motiviše me da stalno unapređujem svoje ideje i rad.



”
Svaka receptura zahtijeva precizno vaganje svih sastojaka - jer bez preciznosti nema stabilnog proizvoda.





Maja Mladinov: Od kuhinje do vrha hotela u izoliranim sredinama

Moj profesionalni put počeo je u gastronomiji, prvo u kuhinji, a onda u operativnom dijelu restoranskog poslovanja, gdje sam naučila koliko su disciplina, organizacija i timski rad temelj svake uspješne priče.

INTERVJU: Maja Mladinov, menadžer hotela Kul IN Ablana

Maja Mladinov, koja je svoj put u gastronomiji počela u kuhinji, danas upravlja hotelom Kul IN Ablana smještenim između Velebita i mora. Njena filozofija temelji se na disciplini, jasnoj viziji i poštovanju prema prostoru u kojem posluje. „Kuhinja vas vrlo brzo nauči odgovornosti – nema odgađanja, nema improvizacije bez posljedica,“ ističe Maja, dodajući da je upravo iskustvo iz kuhinje temelj njenog menadžerskog pristupa. Za Maju, izolirane sredine nisu prepreka nego prilika: „Lokacija nije samo kulisa, pozadinska buka nego glavni lik. Upravo ta odgovornost i poštovanje prema prostoru bili su moja najveća motivacija.“ Upravo kroz takav pristup, hotel Kul IN Ablana pretvara logističke izazove u konkurentsku

prednost i nudi gostima iskustvo autentičnosti i tišine, rijetko dostupne u urbanim destinacijama.

HUBiH: Majo, možete li podijeliti sa čitaocima kako ste započeli svoj profesionalni put u gastronomiji, te koji trenutak u vašoj karijeri smatrate prekretnicom i zašto?

MAJA: Moj profesionalni put započeo je u gastronomiji, prvo u kuhinji, a onda u operativnom dijelu restoranskog poslovanja, gdje sam naučila koliko su disciplina, organizacija i timski rad temelj svake uspješne priče. Kuhinja vas vrlo brzo nauči odgovornosti – nema odgađanja, nema improvizacije bez posljedica. Prekretnicom smatram trenutak kada ??? Upravljanje hotelom u mjestu poput Jablanca zahtijeva preciznost,



dugoročno razmišljanje i jasnu viziju, a upravo to mi je rad u kuhinji dao kao temelj.

HUBiH: Šta Vas je motivisalo da se fokusirate na rad u izolovanim i ruralnim sredinama, gdje lokacija predstavlja poseban izazov?

MAJA: Izolirane sredine vas tjeraju na autentičnost. U urbanim centrima često se možete osloniti na frekvenciju ljudi, prolaznost i infrastrukturu.

U ruralnoj sredini toga nema – tamo morate znati tko ste i što nudite. Lokacija nije samo kulisa, pozadinska buka nego glavni lik. Upravo ta odgovornost i poštovanje prema prostoru bili su moja najveća motivacija.

HUBiH: Možete li objasniti kako pretvarate lokacijske izazove u konkurentsku prednost hotela Kul IN Ablana?

MAJA: Izolacija može biti prepreka samo ako je pokušavate sakriti. Mi smo odlučili istaknuti je. U slučaju hotela Kul IN Ablana,

udaljenost od urbanih centara postala je filter – dolaze gosti koji svjesno biraju mir, tišinu i autentičnost. Također, logistički izazovi su nas natjerali na preciznije planiranje, bolje upravljanje zalihama i jaču povezanost s lokalnim dobavljačima. Drugim riječima, operativna disciplina je direktna posljedica lokacije.

HUBiH: Koje konkretne strategije primjenjujete za održivo poslovanje i visoke standarde usluge u izoliranoj lokaciji?

MAJA: Naš poslovni model temelji se na održivosti umjesto masovnosti. To znači da se fokusiramo na kvalitetu prije kvantitete, cilj je održavati kratke lance opskrbe i što veću suradnju s lokalnim proizvođačima, precizno planirati nabavu i skladištenje. U izoliranom okruženju nema prostora za prosječnost.

Svaki gost je važan, svaki detalj je primjetan. Standard usluge mora biti konzistentan, a reputacija se gradi sporije nego u urbanim sredinama, ali je dugoročno stabilnija.

HUBiH: Kako integrišete lokalne resurse i zajednicu u autentičnu ponudu hotela i gastronomskih iskustava?

MAJA: Gastronomija je naš najjači most prema lokalnoj zajednici. Na jelovniku želimo prikazati ličku i pašku janjetinu, paški sir, lokalni krumpir, sol i druge proizvode koji prirodno pripadaju ovom prostoru. Gosti tako ne dobiju samo jelo, nego priču o prostoru između Velebita i mora.

HUBiH: Koja je po Vama najvažnija vještina za uspješan menadžment hotela u ruralnom ili izoliranom okruženju?

MAJA: Rekla bih – jasnoća vizije i sposobnost upravljanja ljudima. U izoliranom sredini tim mora funkcionirati kao zajednica. Nije dovoljno zaposliti stručne ljude; potrebno je okupiti ljude koji dijele istu filozofiju rada.

Konflikti, nedostatak komunikacije ili neusklađeni ciljevi imaju puno veće posljedice nego u velikim sistemima.



HUBiH: Koje lekcije iz operativnog vođenja restorana i kuhinje primjenjujete u svakodnevnom upravljanju hotelom?

MAJA: Iz kuhinje sam naučila tri ključne stvari: planiranje, tempo i odgovornost. U kuhinji ne možete raditi bez precizne pripreme, a isto vrijedi i za hotel. Nabava, smjene, sezonalnost, ograničenja (npr. vremenski uvjeti) – sve mora biti unaprijed promišljeno. Druga lekcija je poštovanje prema timu. Dobar servis ovisi o svakom članu, baš kao i hotelsko poslovanje. I treće – standard. Konzistentnost je važnija od povremenog savršenstva.

HUBiH: Koji su najveći izazovi s kojima se susreću hoteli smješteni u izolovanim područjima i kako ih prevazilazite?

MAJA: Najveći izazovi su logistika, radna snaga i upravljanje očekivanjima gostiju. Vremenski uvjeti, posebno bura i zatvaranje cesta, zahtijevaju dodatne sigurnosne zalihe i fleksibilnost. Privlačenje zaposlenika traži jasnu viziju i dobru internu atmosferu. A marketing mora biti iskren – ovo nije destinacija za svakoga i to mora biti jasno komunicirano.

HUBiH: Možete li podijeliti primjer situacije gdje je lokacija postala prednost i prepoznatljiva vrijednost hotela?

MAJA: Imali smo goste koji su nam rekli da su upravo zbog udaljenosti i tišine odlučili produžiti boravak. Rekli su da su prvi put nakon dugo

vremena imali osjećaj da „imaju svoje mjesto“, bez gužve i bez pritiska. U svijetu stalne dostupnosti i buke, tišina postaje luksuz i po definiciji se ne može masovno proizvesti.

HUBiH: Koji savjet biste dali menadžerima hotela i restoranima koji razmišljaju o radu u ruralnim ili izoliranim sredinama?

MAJA: Prije svega budite iskreni prema sebi. Ako pokušavate kopirati urbani model poslovanja, bit ćete frustrirani. Ne pokušavajte biti sve za svakoga.

Definirajte svoju publiku, nježite prostor u kojem radite i gradite reputaciju strpljivo. Udaljenost sama po sebi nije ni mana ni prednost. Ona je činjenica koju ili iskoristite ili ignorirate.



Gastro DarkoM novi generalni zastupnik Ristopro Italy: Inox koji podiže standard profesionalnih kuhinja

Gastro DarkoM d.o.o s ponosom predstavlja da smo postali generalni zastupnik za Ristopro Italy - sinonim za inox kvalitet i italijanski standard. Od sada vas očekuju još povoljnije cijene, šira ponuda i besprijekoran kvalitet: inox police, stolovi, stalaže, nape... sve što vam treba za profesionalnu kuhinju. Nudimo mogućnost izrade u svim dimenzijama

i obradama te biranja vrste inoxa AISI 304 ili AISI 430. Naš inox je dizajniran da svakoj kuhinji da novu dimenziju kroz kvalitet, estetiku i najfiniju izradu. Posjetite nas u našem izložbenom salonu koji se nalazi na adresi **Hilandarska 23, Istočno Sarajevo** ili nas kontaktirajte na brojeve telefona **065 292 796 i 065 292 210.**



100x70x85cm	495,00 KM sa PDV 253,00 Eura
120x70x85cm	548,00 KM sa PDV 280,00 Eura
150x70x85cm	636,00 KM sa PDV 325,00 Eura

60x70x85cm	660,00 KM sa PDV 337,00 Eura
70x70x85cm	670,00 KM sa PDV 343,00 Eura
80x70x85cm	695,00 KM sa PDV 355,00 Eura





100x40x65cm	390,00 KM sa PDV 199,00 Eura
140x40 x 65cm	479,00 KM sa PDV 245,00 Eura
180x40x65cm	592,00 KM sa PDV 303,00 Eura

120x70x85cm	992,00KM sa PDV
160x70x85cm	1193,87KM sa PDV
200x70x85cm	1482,00KM sa PDV



100x50x180cm	2016,00KM sa PDV
140x50x180cm	2358,95KM sa PDV
160x50x180cm	2529,00KM sa PDV



Gastro
UGOSTITELJSKA OPREMA

Bosna i Hercegovina
71123, Istočno Novo Sarajevo
Adresa: Hilendarska 23, Lukavica

Email: info@gastro-darkom.ba
Kontakt telefon: +387 65 292 796

Alma Hadžimahović: Kuharstvo je mnogo više od same pripreme hrane – ono je spoj umjetnosti, nauke, discipline i karaktera

U jednostavnosti se krije savršenstvo, a spoj kreativnosti i discipline stvara istinsku vrijednost.

INTERVJU: Alma Hadžimahović, profesorica kuharstva u JU Srednjoj ekonomskoj i ugostiteljsko-turističkoj školi Mostar

Kada govori o kuharstvu, Alma Hadžimahović ne govori samo o receptima, tehnikama i jelima, govori o emociji, odgovornosti i karakteru. Rođena u Dubrovniku, obrazovana u Mostaru, danas je jedna od prepoznatljivih profesorica kuharstva u JU Srednjoj ekonomskoj i ugostiteljsko-turističkoj školi Mostar, gdje već godinama s posebnom strašću oblikuje nove generacije mladih kuhara. Njena profesionalna priča spoj je pedagogije, gastronomije i takmičarskog duha. Kroz mentorstvo je sa svojim učenicima osvajala medalje i priznanja na regionalnim, državnim i međunarodnim takmičenjima. Ipak, kako sama ističe, najveća nagrada nisu pehari, već trenutak kada učenici postanu sigurni u sebe i ponosni na ono što stvaraju. U razgovoru nam otkriva kako je nastala njena ljubav prema kuhinji, zašto vjeruje da su disciplina i strpljenje ključ uspjeha te kako vidi budućnost gastronomije u Bosni i Hercegovini.

HUBiH: Profesorice Hadžimahović, možete li nam ispričati kako je nastala Vaša ljubav prema kuhanju i gastronomiji?

ALMA: Moj put prema kuhanju započeo je iz ljubavi prema stvaranju nečeg posebnog za





druge. Odrasla sam u porodici u kojoj je kuhanje bilo mnogo više od pripreme obroka – bilo je to vrijeme zajedništva i tradicije. Kroz mirise, okuse i uspomene koje su me pratile od djetinjstva, polako je rasla i moja ljubav prema gastronomiji. Vremenom sam shvatila da je kuhanje snažan način izražavanja – spoj kreativnosti, discipline i emocije. Upravo ta mogućnost da kroz hranu povezujem ljude i prenosim toplinu doma oblikovala je moj profesionalni put.

HUBiH: Šta Vas je motiviralo da postanete profesorica kuharstva i prenosite znanje mladim generacijama?

ALMA: Moja motivacija da postanem profesorica kuharstva proizašla je iz želje da svoje znanje, iskustvo i ljubav prema ovom pozivu prenesem mladim generacijama. Kuharstvo je mnogo više od same pripreme hrane – ono je spoj umjetnosti, nauke, discipline i karaktera. Kroz rad sa učenicima shvatila sam koliko obrazovanje može oblikovati ne samo njihove profesionalne vještine, već i njihovu odgovornost, samopouzdanje i odnos prema radu. Upravo mogućnost da nekoga usmjerite, podržite i inspirišete smatram najvećom vrijednošću svog poziva.

HUBiH: Koje vještine smatrate ključnima za učenike koji žele uspjeti u hotelijerstvu i ugostiteljstvu?

ALMA: Za uspjeh u hotelijerstvu i ugostiteljstvu presudne su i stručne i lične vještine. Timski rad, jasna komunikacija, dobra organizacija i preciznost temelj su svakog kvalitetnog rada. Međutim, jednako važna je i emocionalna inteligencija,

jer je rad s ljudima svakodnevica ovog poziva. Sposobnost brzog snalaženja u stresnim i nepredviđenim situacijama, kao i očuvanje profesionalnosti pod pritiskom, ono je što pravi razliku između dobrog i vrhunskog ugostitelja.

HUBiH: Kako motivišete svoje učenike da razvijaju kreativnost u kuhinji, ali i profesionalni pristup poslu?

ALMA: Nastojim stvoriti okruženje u kojem učenici osjećaju da je kreativnost dobrodošla, ali uvijek u okviru profesionalnih standarda. Ohrabrujem ih da istražuju nove ideje, kombinuju okuse i razvijaju vlastiti stil, ali istovremeno insistiram na disciplini, preciznosti i poštovanju pravila rada u kuhinji. Važno mi je da razumiju kako uspjeh ne dolazi samo iz inspiracije, već iz rada, odgovornosti i dosljednosti. Tek kada se spoje kreativnost i profesionalizam, nastaje istinska vrijednost.

HUBiH: Koji su trenutno najvažniji trendovi u gastronomiji i kako ih integrišete u nastavu?

ALMA: Savremena gastronomija sve više se kreće u pravcu održivosti, korištenja lokalnih i sezonskih namirnica, plant-based koncepta te smanjenja otpada u kuhinji. Pored toga, primjetan je snažan fokus na zdravu i nutritivno uravnoteženu ishranu.

Smatram da je važno da učenici razumiju ove trendove ne samo kao prolaznu modu, već kao odgovoran pristup budućnosti struke. U nastavi ih podstičem da razmišljaju savremeno – da poštuju tradiciju i njene tehnike, ali da je znaju interpretirati na moderan, kreativan i estetski promišljen način.



HUBiH: Kako vidite budućnost kuharstva u Bosni i Hercegovini i regionu?

ALMA: Budućnost kuharstva u Bosni i Hercegovini i regionu vidim kao snažan spoj tradicije i savremene gastronomije. Naša kuhinja ima ogroman potencijal – bogatu kulinarsku baštinu, kvalitetne domaće namirnice i autentične recepte koji zaslužuju modernu interpretaciju. Vjerujem da će fokus biti na lokalnim i sezonskim proizvodima, održivosti i estetski promišljenoj prezentaciji tradicionalnih jela. Mladi kuhari danas sve više prate evropske i svjetske trendove, ali istovremeno prepoznaju vrijednost domaće kuhinje. Upravo u toj ravnoteži vidim priliku da kroz edukaciju, stručnost i kreativnost našu gastronomiju podignemo na viši i prepoznatljiviji nivo.

HUBiH: Koje su najčešće greške mladih kuhara početnika i kako ih savjetujete da ih izbjegnu?

ALMA: Najčešće greške mladih kuhara su nestrpljenje i nedostatak discipline. Mnogi žele odmah pripremati složena jela, a da prethodno nisu u potpunosti savladali temeljne tehnike.

Uvijek im naglašavam da su osnove ključ – pravilno rezanje, higijena, organizacija radnog prostora i upravljanje vremenom. Bez toga nema stabilnog napretka. Druga česta greška je ego; kuhinja je mjesto stalnog učenja i niko ne zna sve. Savjetujem ih da slušaju, promatraju i

prihvataju konstruktivnu kritiku kao priliku za rast i profesionalno sazrijevanje.

HUBiH: Koja je Vaša omiljena kuhinja ili tehnika pripreme jela i zašto?

ALMA: Moja omiljena kuhinja je italijanska jer je jednostavna, a istovremeno sofisticirana. Italijanska gastronomija temelji se na kvalitetnim, svježim sastojcima i prirodnim okusima. Posebno cijenim tehniku pripreme svježe tjestenine i rižota, gdje do izražaja dolaze strpljenje, preciznost i osjećaj za teksturu. Vjerujem da se u jednostavnosti krije savršenstvo, a upravo taj princip nastojim prenijeti i svojim učenicima.

HUBiH: Imate li neku "kuhinjsku tajnu" koju rado dijelite s učenicima, a koja možda iznenađuje čitatelje?

ALMA: Moja "kuhinjska tajna" je zapravo vrlo jednostavna, so se ne dodaje samo radi slanoće, nego i radi naglašavanja prirodnog okusa namirnice. Druga stvar koju često ponavljam jeste: probaj jelo više puta tokom pripreme.

Učenike često iznenadi koliko male korekcije, kap limunovog soka, prstohvat šećera ili malo maslinovog ulja na kraju mogu potpuno promijeniti jelo. Kuhinja je hemija, ali i osjećaj.

HUBiH: Koje jelo smatrate svojim potpisom ili najdražim receptom?

ALMA: Moj kulinarski potpis je spoj mediteranskog

podneblja u kojem sam rođena i bosanske tradicije kojoj pripadam. Najdraža su mi jela poput pita i bosanskog lonca, jer su dio mog identiteta. Uz njih me vežu uspomene na bezbrižno djetinjstvo i porodično zajedništvo – miris koji ispuni kuću i trenutak kada se svi okupe za stolom. Vjerujem da su upravo ta toplina i osjećaj zajedništva suština dobre kuhinje i to je ono što danas nastojim prenijeti kroz svoj rad.

HUBiH: Ako biste mogli organizovati kulinarski projekt iz snova s učenicima, što bi to bilo?

ALMA: Organizovala bih projekat „Od farme do tanjira“, u okviru kojeg bi učenici prošli cijeli proces – od posjete lokalnim proizvođačima i učenja o namirnicama, preko planiranja jelovnika,

do organizacije humanitarne večere. Taj projekat bi spojio edukaciju, timski rad, kreativnost i društvenu odgovornost. Smatram da je važno da učenici shvate da kuharstvo nije samo priprema hrane, već razumijevanje porijekla namirnica, poštovanje rada proizvođača i svijest o zajednici u kojoj živimo.

Za mene je kuharstvo mnogo više od profesije. To je način da prenesem znanje, ali i vrijednosti – poštovanje, strpljenje i ljubav prema radu. Najveća nagrada mi je kada vidim svoje učenike kako rastu, postaju sigurni u sebe i ponosni na ono što stvaraju. Moj cilj je da ih naučim da nikada ne odustaju, da vjeruju u sebe i da svako jelo koje naprave bude odraz njihove posvećenosti i karaktera.



Najveća nagrada mi je kada vidim svoje učenike kako rastu, postaju sigurni u sebe i ponosni na ono što stvaraju. Moj cilj je da ih naučim da nikad ne odustaju, da vjeruju u sebe i da svako jelo koje naprave bude odraz njihove posvećenosti i karaktera.



Jer to je tradicija na naš način...



A TOAST TO LIFE

DAL 1884
TRIESTE
ITALIA

Stock 84 – Italijanska ikona ponovo rođena za novu generaciju

Malo koji brendi može se pohvaliti naslijeđem bogatim poput Stock 84, italijanskog brendija rođenog 1884. godine u Trstu iz vizije Lionella Stocka. Više od 140 godina Stock 84 je sinonim za mediteransko majstorstvo – pažljivo birano grožđe, strpljivo odležavanje i bezvremenski italijanski šarm spojeni su u destilat koji je prepoznat širom svijeta. Danas je Stock 84 jedan od vodećih međunarodnih brendija u Bosni i Hercegovini i pouzdan izbor brojnih ugostitelja i potrošača.

Naslijeđe izvrsnosti

Od prvobitne destilerije u Trstu, Stock 84 je već početkom 20. stoljeća postao globalni uspjeh. Do 1930-ih brend je već uvodio nove stilove brendija i proširivao asortiman. I pored ratnih razaranja, kompanija se nakon 1948. obnovila i ponovo stekla reputaciju proizvođača svjetske klase.

Tokom historije Stock 84 bio je i službeni dobavljač Vatikana, a brojni umjetnici ovjekovječili su njegov duh kroz posebno naručena umjetnička djela.

Proizvodnja po originalnom receptu Lionella Stocka

Stock 84 se i danas proizvodi prema originalnom italijanskom receptu. Pažljivo odabrano grožđe dozrijeva pod mediteranskim suncem, destilira se u vinski destilat, odležava u visokokvalitetnim hrastovim bačvama do osam godina, a puni u legendarnu Stock 84 bocu u Plzenu. Rezultat je glatki, topao brendi jantarne boje sa zrelim voćnim mirisom i slojevima vanilije, začina i suhog voća.

Dizajn inspirisan tradicijom i modernošću

Poštujući svoje naslijeđe, Stock 84 je prošao potpunu transformaciju dizajna kako bi privukao današnje potrošače. Redizajnirane boce kombinuju klasične italijanske elemente s modernim linijama, profinjenim detaljima grba i prepoznatljivim oblicima etiketa, učvršćujući premium pozicioniranje brenda i ostajući vjerni njegovim korijenima. Novi izgled poziva novu generaciju ljubitelja brendija da upoznaju autentičnu priču Stocka 84.

Globalna snaga brenda

Danas je Stock 84 prisutan u više od 40 zemalja, među vodećim brendijima u Italiji, ima snažnu poziciju u Poljskoj i spada u najpoznatije međunarodne brendije u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini. Ovaj globalni uspjeh rezultat je ne samo kvaliteta proizvoda, već i trajne privlačnosti njegovog italijanskog duha.

Na tržištu Bosne i Hercegovine dostupne su dvije premium varijante Stocka 84. **Stock 84 Riserva** kojeg odlikuje jantarna boja, zrela aroma, note vanilije i karakterističan završetak. 38% alkohola. **Stock 84 XO (Riserva 8 Years)**, međunarodno nagrađivan, odležan osam godina u hrastovim bačvama, kompleksnog profila s karamelom, vanilijom i suhom šljivom, uz dug citrusno-začinski fini. 40% alkohola.

Sa osvježnim identitetom i premium asortimanom, **Stock 84 je spreman podržati i inspirisati ugostiteljski sektor u Bosni i Hercegovini, donoseći okus autentičnog italijanskog zanata u svaki bar i na svaki sto.**

STOCK 84



**A TOAST
TO LIFE**

DAL 1884
TRIESTE
ITALIA



MojSan® – Inspiracija za kvalitetan san i vrhunsku udobnost

Od lokalnog proizvođača madraca do prepoznatljivog regionalnog lidera: kako MojSan® gradi identitet kroz inovativne proizvode, edukaciju kupaca i stabilan razvoj tima.

Kvalitetan san više nije samo potreba, već ključni faktor za zdrav i produktivan život. Brend MojSan® iz Bosne i Hercegovine prepoznao je ovu vrijednost i odlučio je ponuditi više od običnog madraca – od prvih koraka na domaćem tržištu 2008. godine do danas, MojSan® je postao simbol udobnosti, inovacije i profesionalnog pristupa spavanju. Njihova priča nije samo o proizvodima, već i o filozofiji koja oblikuje svakodnevne navike kupaca i postavlja nove standarde u industriji sistema za spavanje.

Put ka prepoznatljivosti

Brend MojSan® je započeo kao domaći projekat, s vizijom da ponudi proizvode koji ne samo da zadovoljavaju osnovne funkcije spavanja, već da postanu dio životnog stila svojih korisnika. Na samom početku, prioritet je bio veleprodajna distribucija kroz partnerske salone u BiH, dok je

prva maloprodajna radnja otvorena 2012. godine. Taj korak poslužio je kao vrijedan test tržišta i algoritam za razumijevanje ponašanja kupaca, što je kasnije definiralo dalji razvoj brenda. Jedan od ključnih trenutaka u rastu brenda bio je ulazak na polje opremanja hotela – veliki projekti opremanja pružili su MojSan® vidljivost i kredibilitet. Primjerice, isporuka 700 setova madraca i kreveta za spavaće sobe jednog od najvećih hotela u regiji označila je početak ozbiljnijeg interesa za brend na međunarodnom tržištu.

Kvalitet kao strateška odluka

Ono što MojSan® razlikuje od mnogih konkurentskih brendova jeste fokus na kvalitetu i brendirani proizvod. Preko 90% izvoza čine proizvodi srednjeg višeg i višeg ranga, dok više od 95% kompletnog izvoza nosi upravo ime MojSan®. Strategija je jasna: ne prodavati samo proizvod,



INTERVJU: Boris Franjković, marketing direktor brenda MojSan®

već u njega ugrađivati vlastiti identitet, gradeći povjerenje i lojalnost kupaca. Izvoz je važna karika brenda. Najznačajnije tržište je Hrvatska, gdje MojSan® djeluje kroz partnerske salone i saradnju s hotelima, dok je tržište Srbije otvoreno kroz direktnu maloprodaju u Beogradu. Slovenija je trenutno najveće rastuće tržište, sa 30% rasta u 2025. godini, dok brend planira širenje i na zemlje centralne Europe, uključujući Švicarsku, Austriju i Njemačku.

Iako su izazovi brojni – od administrativnih prepreka, logistike, pa sve do nepovjerenja u proizvode iz BiH – MojSan® je razvijao strategije koje ne samo da prevazilaze prepreke, već i naglašavaju jedinstvenu vrijednost brenda. Kvalitet i prepoznatljivost postali su valuta koja je brendu otvorila vrata mnogih evropskih tržišta.

Tim koji gradi brend

Snažan tim je srž uspjeha MojSan®. Kompanija Delibašić poliuretani d.o.o., zajedno sa sestrinskim i povezanim pravnim licima, zapošljava oko 200 ljudi. U timu su stručnjaci različitih profila – od proizvodnje i logistike do marketinga i prodaje – a svi dijele zajedničku viziju: kreirati najbolji proizvod za spavanje i pružiti maksimalnu vrijednost korisnicima.



Mentorstvo i kontinuirani profesionalni razvoj zaposlenih su ključni elementi u strategiji brenda. Svaki član tima ima priliku da unese svoj doprinos u razvoj proizvoda i poslovne filozofije, što stvara osjećaj zajedništva i motivacije. „Ako svako od nas osjeti poziv i potrebu da unese dio vlastitog znanja i motiva u izgradnju pozitivne poslovne priče, vjerujem da je samo nebo granica,“ ističu iz brenda.

Edukacija i marketing – više od prodaje

Jedan od prepoznatljivih elemenata MojSan® strategije je edukacija kupaca. Marketing nije samo promocija proizvoda, već i prenošenje znanja o važnosti kvalitetnog sna za zdravlje i životni balans.

Prodajni savjetnici prolaze detaljnu edukaciju, a kompanija ulaže značajna sredstva u pripremu edukativnog sadržaja, online komunikaciju i print materijale. MojSan®SHOP prodajni saloni odišu customer-friendly ambijentom – pažljivo je postavljeno svjetlo, prezentacija proizvoda je detaljna, a katalog više podsjeća na edukativni magazin nego na tehnički prikaz proizvoda. Cilj je jasan: kupcu omogućiti da donese informisanu odluku, a ne samo impulzivnu kupovinu.

Inovacije i tehnologija

U svijetu sistema za spavanje, tehnologija i inovacije igraju ključnu ulogu. MojSan® njeguje saradnju sa svjetski renomiranim proizvođačima repromaterijala, stalno implementira nove proizvodne procese i tehnologije kako bi poboljšao iskustvo kupaca. Personalizacija proizvoda, specijalni materijali i inovativni dizajn omogućavaju brendu da odgovori na specifične potrebe korisnika, čineći svaki proizvod jedinstvenim.

Filozofija brenda i budućnost

Za MojSan®, san nije samo fizički odmor – to je element kvaliteta života. Brend želi svojim korisnicima omogućiti trećinu života provedenu aktivno, kroz kvalitetan i zdrav san. Dugoročna strategija uključuje stabilan rast, širenje tržišta, inovacije u proizvodnji i kontinuiranu edukaciju kupaca.

Investicije u nove fabrike, razvoj franšiznog modela i digitalizaciju prodajnih kanala pokazuju da MojSan® ne gleda samo na sadašnjost, već planira dugoročno. Slogan nove kampanje „**Sanjaj sa profesionalcima**“ odražava suštinu brenda – san ne prepuštati slučaju, već ga povjeriti stručnjacima.



Savjet mladima

Za one koji žele graditi karijeru u marketingu ili brend menadžmentu, MojSan® ističe: potrebni su edukacija, strpljenje i odgovoran pristup.

Kvalitet rada, razumijevanje kupca i kontinuirano ulaganje u profesionalni razvoj predstavljaju temelj uspjeha, jer, kako kažu, „naša vizija je da Vaš san bude naša odgovornost.“



EUROPEAN quality
MATTRESSES
beds & sleep products

MojSan[®]

madraci · kreveti



sanjaj sa
profesionalcima

mojsan.ba



Michele Bufano: Majstor koji spaja tradiciju i savremenost italijanske kuhinje

Od djetinjstva uz majku i bake do Michelinovih kuhinja, Michele Bufano otkriva kako strast, disciplina i inovacija grade moderno kulinarsko iskustvo.

INTERVJU: Michele Bufano, chef

talijanska kuhinja oduvijek je bila sinonim za tradiciju, autentične ukuse i jednostavnost koja osvaja. No u svijetu koji se brzo mijenja, kako spojiti vječne recepte s potrebama modernog restorana i zahtjevima savremenog tržišta?

Michele Bufano pokazuje da je odgovor u kombinaciji strasti, discipline i inovacije. Njegov kulinarski put vodi od malih porodičnih kuhinja do prestižnih Michelin restorana, od edukacije mladih kuhara do kreiranja rješenja koja poštuju tradiciju, a istovremeno donose suvremenost i praktičnost. Kroz svoj rad, Bufano spaja autentičnost italijanske gastronomije sa smislom za detalj, funkcionalnost i estetsku harmoniju, pokazujući da uspjeh u kuhinji zahtijeva jednako znanje, kreativnost i menadžersku preciznost. Njegova filozofija dokazuje da inovacija ne znači zanemarivanje korijena, već promišljenu nadogradnju koja čuva duh tradicije.

HUBiH: Michele, Vaša strast prema gastronomiji rodila se još u djetinjstvu, možete li nam opisati trenutak kada ste prvi put osjetili da je kuhinja Vaše pravo mjesto?

MICHELE: Strast je sigurno nastala još u djetinjstvu, dok sam gledao svoju majku i bake kako kuhaju s istinskom ljubavlju, koristeći jednostavne svakodnevne sastojke, ali bogate ukusom. Shvatio sam da je kuhinja moje mjesto kada sam sa 13 godina počeo raditi u kuhinjama i vidio da mogu provoditi mnogo sati na poslu, a da mi to ne predstavlja teret.

Danas je u Italiji nezamislivo da dječak od 13 godina ide raditi, jer zakon to ne dozvoljava. Može se reći da strast često nastaje i iz ekonomskih potreba.



HUBiH: Kako Vas je rad u kuhinjama luksuznih hotela u Italiji oblikovao kao kuhara i lidera u kuhinji?

MICHELE: Rad u velikim kuhinjama naučio me disciplini. Činjenica da u velikim kuhinjama postoji jasna hijerarhija uči vas posvećenosti poslu, poštovanju vlastite uloge i zajedničkom radu na ostvarenju cilja, a to je zadovoljstvo krajnjeg gosta. U tome sam imao sreće jer sam imao odlične mentore od kojih sam mnogo naučio.

HUBiH: Boravak u Cast Alimenti i rad s chefovima Michelin zvjezdica sigurno su ostavili snažan utisak, koje ste najvažnije lekcije naučili tokom tog perioda?

MICHELE: Period proveden u Cast Alimenti školi i rad sa Michelinovim chefovima sigurno su ostavili snažan trag.

Naučili su me da kuhanje nije samo ono što nam uobičajena percepcija sugerira, odnosno da kuhar radi isključivo u kuhinji.

To je posao koji zahtijeva stalno učenje i kontinuirano usavršavanje. Ovakva iskustva svakako vam otvaraju um i pokazuju drugačije perspektive svijeta gastronomije i ugostiteljstva.

HUBiH: Nakon godina rada u elitnim restoranima, odlučili ste krenuti samostalnim putem, šta Vas je motivisalo da postanete freelance konsultantski chef i edukator?

MICHELE: Nakon godina rada u restoranima visokog nivoa, odlučili ste krenuti samostalnim putem. Šta Vas je motiviralo da postanete freelance chef konsultant i edukator? Oduvijek sam bio vrlo otvorena osoba i nikada nisam bio ljubomoran na svoje znanje, jer vjerujem da dijeliti svoje iskustvo s drugima, osim što je plemenit čin, donosi i veliko zadovoljstvo. Upoznao sam mnogo chefova koji su bili ljubomorni na svoje znanje, ali imao sam i nekoliko mentora koji su svoj zanat prenosili bez zadržke, profesionalno i nesebično – i to

je zaista nešto posebno. Upravo primjer takvih učitelja imao je veliki uticaj na moju odluku. Postoji i drugi aspekt koji me uvjerio da krenem ovim putem: činjenica da se svakog dana susrećete s novim zahtjevima klijenata, što vas na neki način prisiljava da stalno istražujete, učite i usvajate nova znanja. To znači kontinuirani profesionalni rast i stalnu razmjenu iskustava.

”
Uspjeh italijanske kuhinje leži u jednostavnim jelim, malo sastojaka, jednostavni ali precizni tehnički postupci i prije svega, autentični ukusi.



HUBiH: Na HUBiH Festivalu ste održali masterclass „Italian first courses: tradition and innovation by Robo“, kako je proteklo predavanje i reakcije učesnika?

MICHELE: Čestitam organizatorima – nisam očekivao toliku participaciju i pažnju publike. Ljudi su bili veoma zainteresovani i fokusirani. Otkrio sam veliki interes, otvorenost i spremnost učesnika da slušaju i uče.

HUBiH: Koje su ključne inovacije ili tehnike koje ste demonstrirali, a koje bi, po Vašem mišljenju, mogle promijeniti pristup pripremi tradicionalnih italijanskih jela u regiji?

MICHELE: Prije svega, predstavio sam učesnicima svijet Robo konzerviranih proizvoda. Naglasio sam da ne donosim inovacije, već suvremenost i jednostavnost nekih tipičnih italijanskih recepata. Korak po korak sam objasnio pripremu jednostavnog rižota i jednostavne paste, koristeći neke od inovativnih Robo proizvoda, poput linije Crunchy Ingredients, koja je veoma uspješna jer omogućava restoraterima da dobiju kvalitetan proizvod za serviranje – daje jelu savremen izgled, različite teksture i ukuse, a pritom održava stalni standard kvaliteta. Uspjeh italijanske kuhinje leži u jednostavnim jelima – malo sastojaka, jednostavni ali precizni tehnički postupci i, prije svega, autentični ukusi. Poruka koju sam želio prenijeti, i nadam se da je došla do učesnika, jeste da treba praviti jednostavna jela od izvrsnih sastojaka, te da je moguće učiniti tradicionalnu kuhinju suvremenom, ali samo ako se zaista razumije ono što se radi.





HUBiH: Koje greške ili izazove najčešće primjećujete kod kuhara koji tek žele integrirati inovacije u tradicionalnu kuhinju?

MICHELE: Najveća greška koju često primjećujem jeste predlaganje inovativnih proizvoda ili recepata koji možda nisu prikladni za određeni kontekst i koje klijent ne cijeni. Kao što sam spomenuo u prethodnom odgovoru, ako ne poznajemo očekivanja klijenta, lako možemo skrenuti s pravog puta. Na primjer, servirati minimalnu „gourmet“ porciju u klasičnoj italijanskoj trattoriji nema smisla, jer gosti očekuju obilne porcije koje odražavaju lokalnu tradiciju.

Druga česta greška je komplikovanje procesa – kuhari, želeći stvoriti atraktivna jela, uvode previše koraka, što produžava vrijeme pripreme i povećava troškove. Također, vrlo mali broj profesionalaca vodi adekvatnu analizu food cost-a, što je ključan segment za održivu i uspješnu inovaciju u restoranskom poslovanju.

HUBiH: Kako kombinirate autentičnu tradiciju italijanske kuhinje s modernim potrebama restorana i tržišta?

MICHELE: Sve započinem analizom, a ne receptom. Prije nego što pripremimo jelo, potrebno je razumjeti ciljnu grupu klijenta – šta očekuju, gdje se nalaze i kakav ambijent žele. Zatim se analiziraju resursi i alati kojima raspolažemo, ljudski potencijal i budžet klijenta. Kada su ti aspekti razjašnjeni, fokusiramo se na to koje recepte predložiti. Naravno, ne možemo razvijati moderne restoranske koncepte ako prethodno ne poznajemo tradiciju. Na kraju, sve počinje od temeljitog proučavanja, koje često nadilazi same kulinarske vještine.





HUBiH: Koje vještine i stavove bi, po Vašem mišljenju, svaki chef trebao razvijati da bi uspješno kombinovao tradiciju i inovaciju?

MICHELE: Prije svega, važno je njegovati radoznalost, sposobnost slušanja i spremnost na konstruktivan dijalog bez osuđivanja. U kuhinji ne postoji samo „tako se radi“, već i „može se uraditi i na ovaj način“. Treba proučavati ne samo recept, već i ponašanje sastojaka, te produbiti razumijevanje kuhinjskih alata i tehnika kuhanja.

Također, ključno je stjecati znanja i vještine u menadžmentu, uključujući ekonomsku i ljudsku stranu vođenja restorana, jer uspjeh u kombiniranju tradicije i inovacije zahtijeva širok spektar kompetencija.

HUBiH: Vaša kuhinja spaja boje, arome, tehnologiju i praktičnost, kako pronalazite ravnotežu između kreativnosti i funkcionalnosti?

MICHELE: Kao što sam ranije spomenuo, sve počinje analizom i, naravno, detaljnim poznavanjem stvari. Na primjer, ako ne razumijemo kako naši čula funkcionišu, teško je pravilno kombinovati ukuse, arome, teksture i konzistencije. Prije mnogo godina naučio sam kombinovati boje tako što sam se savjetovao sa stručnjakom za dizajn i armokromiju u svijetu mode. Ako se fokusiramo samo na recept, griješimo – recept nastaje u kuhinji, ali je sastavljen od proizvoda, brojki, opreme, komunikacije, ljudskih odnosa, prostora... važno je posmatrati sve što okružuje kuhinju.

Posebno mi je važno da ne slijedimo samo modne trendove, već da imamo hrabrosti stvarati ih na inteligentan način. Kada kažem „inteligentan“, mislim na rješenja koja su ekonomski održiva, koja poštuju okolinu, poboljšavaju kvalitetu prostora u kojem se radi i, na kraju, pružaju pozitivno iskustvo ljudima koji konzumiraju naše proizvode.

HUBiH: Kako vidite budućnost tradicionalnih italijanskih jela u globalnom kontekstu, da li više naginju očuvanju tradicije ili stalnoj inovaciji?

MICHELE: Nedavno smo svjedočili uvrštavanju talijanske kuhinje na UNESCO-vu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. To

nas, pored ponosa, čini i sve svjesnijim važnosti promocije našeg kulinarskog naslijeđa, koje zapravo pripada svima.

Trend talijanske kuhinje na tržištu je u stalnom porastu, što potvrđuju i statistike o izvozu talijanskih agroprehrambenih proizvoda. Tradicija i inovacija će uvijek ići paralelno, u ravnoteži, uzimajući u obzir današnji stil života ljudi.

Često zaboravljamo da se talijanska kuhinja nije proslavila samo zbog svoje ukusnosti i praktičnosti, već i zbog sposobnosti da okuplja ljude oko stola – ili, jednostavnije rečeno, zbog načina na koji povezuje ljude i stvara osjećaj zajedništva.

Kuhari, želeći stvoriti atraktivna jela, uvode previše koraka, što produžava vrijeme pripreme i povećava troškove. Također, vrlo mali broj profesionalaca vodi adekvatnu analizu food cost-a, što je ključan segment.

Kompletna rješenja za točenje i hlađenje pića.

Razvijamo i proizvodimo profesionalne sustave za točenje i hlađenje pića.

- Točionici i rashladne jedinice
- Mobilni i event sustavi
- Projektna prilagodba i tehnička podrška

Od ideje do instalacije

Projektirate hotel, restoran, bar ili event prostor?

**Uključite MAK BEER u fazi planiranja.
Uživajte u MAK BEER realizaciji.**

info@beercooler.ba
+387 63 467 249

**MAK
BEER**

Valpaint e-volution Easy

Tehnološki suvremeno rješenje za banje, kuhinje i sve vlažne prostore.



U suvremenom arhitektonskom projektovanju, prostori poput banja, kupatila i kuhinja zahtjevaju materijale koji istovremeno ispunjavaju estetske, tehničke i higijenske standarde. Sistem **Valpaint E-volution easy** predstavlja inovativno dekorativno rješenje koje spaja vrhunski dizajn sa izuzetnim performansama u uslovima visoke vlažnosti i svakodnevne upotrebe. E-volution easy je vodeni dekorativni sistem nove generacije, razvijen da odgovori na potrebe modernih interijera. Njegova glavna prednost je jednostavnost ugradnje, visoka otpornost na vlagu, pranje te nemogućnost zadržavanja plijesni, s obzirom da nema fuga. Sa estetske strane ovaj sistem nudi spektar tekstura od ravnog efekta Mikro cementa pa do efekta Marmorizzato koji je raspoloživ u bezbroj nijansi. Još jedna značajna prednost E-volution sistema easy je njegova ekološka prihvatljivost. Bezbjedan

je za uporabu u stambenim i javnim prostorima što ga čini odgovornim izborom u kontekstu održive arhitekture.

Sa aspekta ugradnje, sistem se odlikuje jednostavnom i brzom primjenom, uz odličnu prionjivost na različite podloge (gletovane zidove, cementne površine, estrihe, gips ploče i keramičke pločice). Ovo ga čini efikasnim rješenjem kako za novogradnju, tako i za renoviranje starih prostora.

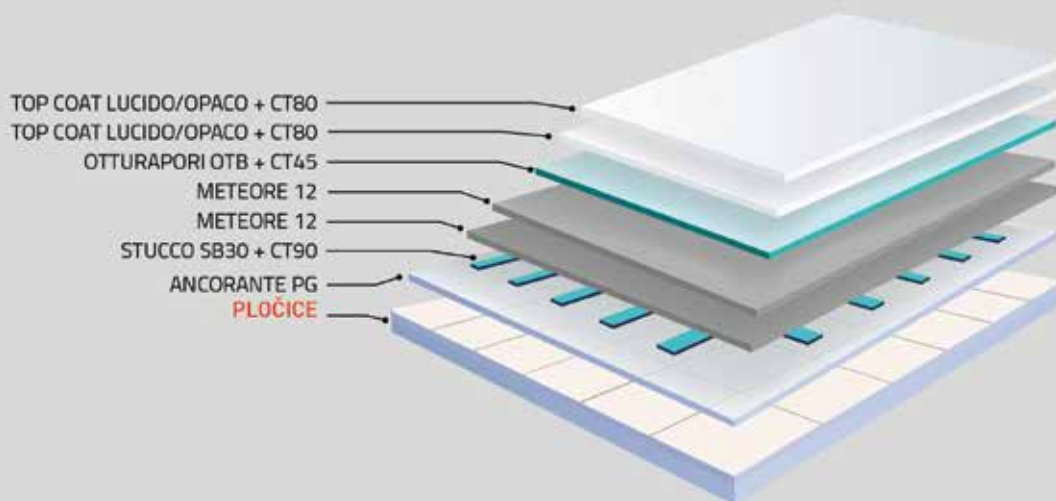
Da bi sistem bio ugrađen kako treba prije početka ugradnje uvjeriti se da je vlažnost podloge na koju se radi manja od 1,5%. Ako sistem ugrađujemo na stare pločice potrebno je dijamentnom brusnom pločom skinuti caklinu sa pločica te ukloniti eventualna ispupčenja. Ako se sistem radi na cementni estrih uvjeriti se da ugrađena masa ima otpornost na kidanje veću od 1,5 MPa po normi ASTM D 4541, te otpornost na pritisak veću od 25

N/mm² atestiran po normi UNI EN 13892-2. Prvi kontakt sloj sastoji se od nanošenja specijalnog primera Ancorante PG valjkom. Nakon njegovog sušenja specijalnim dvokomponentnim kitom SB 30 popunjavaju se fuge na pločicama, ili neke

vidljivije pukotine na cementnom estrihu. Nakon toga inox gletericom nanosi se specijalna masa Meteore 12 u željenom tonu i to u dva sloja. Pri nanošenju površinu pomalo prskati vodom kako



FAZE UGRADNJE NA PLOČICE - EFEKT MIKROCEMENT



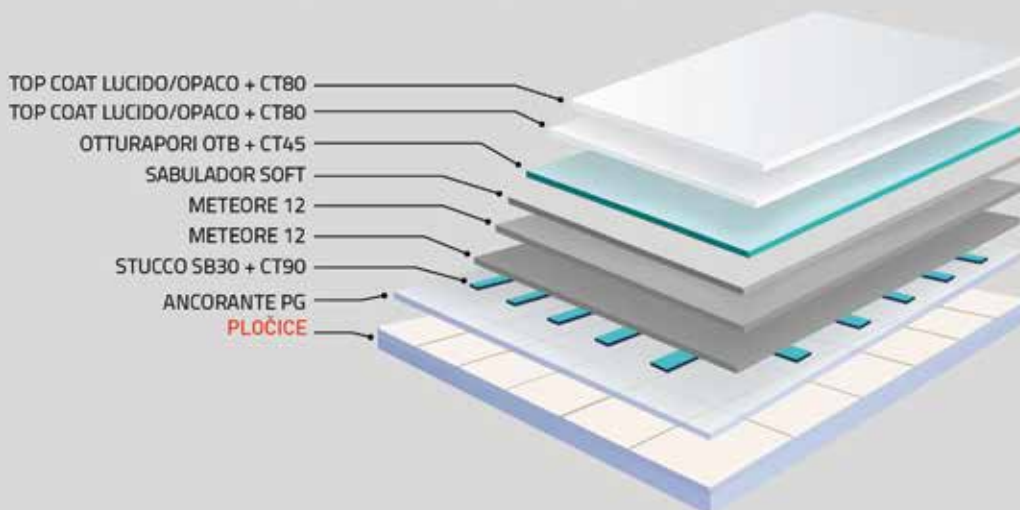


bi se dobila što glađa struktura završnog sloja. Nakon što je površina potpuno ispeglana, te nakon sušenja od 16 sati pristupa se eventualno laganom brušenju neravnina sa brusnim papirom 220.

Nakon što smo odstranili prašinu valjkom se nanosi specijalna dvokomponentna barijera OTB katalizovana sa svojim katalizatorom CT 45. Nakon 6-8 sati lagano prebrusiti površinu sa brusnim papirom 300 te nanijeti dvokomponentni premaz Top coat u sjajnoj ili mat verziji u dva sloja s tim što između prvog i drugog sloja treba da prođe 6-8 ali ne više od 24 sata.



FAZE UGRADNJE NA PLOČICE - EFEKT MARMORIZZATO



e-volution EASY

Bez pločica i fuga u kupatilima, banjama i kuhinjama!

EFEKT MARMORIZZATO



EFEKT MIKROCEMENT



dekorativne boje
VALPAINI

Valpaint design d.o.o.
Dobrinjska do 27, Sarajevo
Tel.: 033 626 134
www.valpaint.it

27. Međunarodni sajam gospodarstva Mostar, 14.-18.4.2026.



27TH International business fair

Bezglutenska kuhinja uživo na Mostarskom sajmu gospodarstva
17. travnja 2026. godine, od 10 do 17h u Paviljonu br. 1

Bezglutenska kuhinja uživo na Mostarskom sajmu gospodarstva

Prvi stručni bezglutenski kulinarski show uživo
u Bosni i Hercegovini

Na ovogodišnjem Međunarodnom gospodarskom sajmu u Mostaru, najvećem poslovnom događaju u regiji, Udruga oboljelih od celijakije „Gluten free“ u HNŽ/K predstavlja jedinstveni edukativno-gastronomski program kojim podiže ljestvicu profesionalnih standarda u području bezglutenske prehrane. U petak, 17. travnja 2026. godine, od 10 do 17 sati, posjetitelji će u Paviljonu 1 imati priliku pratiti prvi stručni bezglutenski kulinarski show uživo u Bosni i Hercegovini.

Program će se održati u modernoj kuhinji sajamskog partnera Gala Home, čiji prostor pruža idealne uvjete za prezentaciju najviših standarda pripreme sigurne hrane.

Institucionalni lideri u regiji

Udruga „Gluten free“ u HNŽ/K prepoznata je po aktivnom i sustavnom radu na podizanju svijesti o celijakiji i bezglutenskoj prehrani. Kao suorganizator prvog znanstveno-stručnog simpozija o celijakiji u Bosni i Hercegovini, održanog na Medicinskom fakultetu Sveučilišta u Mostaru, Udruga je postavila temelje suradnje između medicinske struke i pacijenata. Među njihovim značajnim projektima ističe se i prva bezglutenska kuharica u Bosni i Hercegovini, koja je zbog velikog interesa doživjela svoje treće izdanje, kao i ReStart paket namijenjen osobama kojima je celijakija tek dijagnosticirana.

Krajem 2025. godine Udruga je dodatno potvrdila svoju inovativnost organizacijom prvog bezglutenskog street food

događaja u suradnji sa svjetskim brendom Schär i njihovim poznatim Schär food truckom.

Snažan B2B fokus: Od obitelji do ugostiteljskog sektora

Iako je rad Udruge prvenstveno usmjeren na podršku oboljelima, sudjelovanje na Mostarskom sajmu gospodarstva ima i snažan B2B karakter. Program je osmišljen kao platforma za povezivanje proizvođača bezglutenskih proizvoda, prehrambenih tehnologa te predstavnika HoReCa sektora.

Cilj je pokazati da bezglutenska ponuda u ugostiteljstvu nije samo medicinska potreba, nego i rastuća tržišna prilika. Upravo zato u program su uključeni i učenici Turističko-ugostiteljske škole, koji će kroz sudjelovanje u radionici stjecati znanja o pravilima sigurne pripreme

hrane za osobe s celijakijom, kao budući nositelji sigurne gastronomske prakse.

Tri kulinarska bloka uz stručnu superviziju

Program je podijeljen u tri tematska bloka u kojima će gastro stručnjaci demonstrirati pripremu bezglutenskih jela:

- Doručak i nutritivna baza: Martina Đorđevska (prehrambeni tehnolog, brend Tegla).
- Glavno jelo i majstorstvo tijesta: Jasmin Novalić (suosnivač No Gluten Factory, prve gluten free pekare u BiH).
- Desert kao kruna obroka: Ivana Mijatović, blogerica i autorica sadržaja „Gluten free.da“.

Stručnu superviziju cijelog programa vodi klinička nutricionistica Nevena Pandža, koja će sudionicima predstaviti nutritivne vrijednosti pripremljenih jela te objasniti ključne principe prevencije kontaminacije glutenom.

Degustacija i poziv na suradnju

Posjetitelje očekuje i promocija nove bezglutenske kuharice, kao i degustacija jela pripremljenih tijekom kulinarskog showa. Udruga „Gluten free“ u HNŽ/K otvorena je za suradnju sa svim poslovnim subjektima zainteresiranima za uvođenje bezglutenskih standarda u proizvodnju i ugostiteljstvo.

Pridružite se ovom jedinstvenom događaju i otkrijte kako bezglutenska prehrana postaje dio suvremene gastronomije.

Detaljniji program pratite i na web stranici Udruge: www.glutenfree.ba te na društvenim mrežama:
 Instagram: @udruga_glutenfree
 Facebook: Udruga oboljelih od celijakije „Gluten free“ u HNŽ/K





Robo donosi vrhunske sastojke i profesionalna rješenja za moderne kuhinje

Sa više od 600 proizvoda, Robo asortiman spaja konzistentan kvalitet, intenzivan okus i praktičnost, omogućavajući kuharima da pojednostave rad u kuhinji i oslobode svoju kreativnost.

Robo predstavlja odabrane sastojke, konzistentan kvalitet i svestrana rješenja, dizajnirana da zadovolje potrebe kuhara i profesionalaca u restoranima. Robo asortiman je dizajniran da pojednostavi kuhinjski rad, s ukusnim, spremnim proizvodima koji kombiniraju praktičnost i kreativnost. Sa preko 600 proizvoda, Robo nudi kompletnu i profesionalnu liniju, idealnu i za tradicionalne i za inovativnije i moderne restorane. Svaki

proizvod je dizajniran da ponudi konzistentan prinos, intenzivan okus i jednostavnost upotrebe, omogućavajući vam da se fokusirate na kreativnost bez kompromisa u pogledu kvalitete.

Među glavnim specijalitetima:

- Umak od tartufa – savršen za začinjavanje tjestenine, rižota, karpaca i gurmanskih zalogaja, dodajući elegantan i aromatičan dodir svakom jelu.
- Harmonija pistacija – idealan za deserte, kreme, sladoled, pa čak i slana jela od mesa ili ribe, za stvaranje originalnih i





iznenađujućih kombinacija.

- Sušeni paradajz – obogaćuje salate, bruskete, sendviče i predjela, dodajući intenzivan okus i boju vašim jelima.
- Premium oguljeni paradajz – svestrana baza za umake, preljeve, supe i tradicionalne italijanske recepte, uvijek garantujući pun, autentičan okus.
- Glazura od balzamiko sirčeta – idealna za ukrašavanje salata, mesa, sireva i deserta, dodajući eleganciju i dubinu okusa.
- Granulirani smeđi temeljac – za umake, dinstana jela, rižota i profesionalne pripreme koje zahtijevaju intenzivan okus i savršenu konzistenciju.

Svaki Robo proizvod dizajniran je da optimizira vrijeme pripreme, obogati čak i najjednostavnije recepte i oslobodi kreativnost kuhara, bez žrtvovanja kvalitete.

Otkrijte cijeli asortiman proizvoda i inspirišite se Robo rješenjima na robo.it, gdje se profesionalnost i ukus susreću kako bi svako jelo pretvorili u jedinstveno iskustvo.



Samokritičan, strog i bezobrazno talentovan – kulinarski svijet Dragana Šljivića

Od tradicije do moderne gastronomije: Kako jedan chef spaja klasične tehnike s inovativnim pristupima i kreira nezaboravne okuse?

INTERVJU:

Dragan Šljivić, chef

Više od 20 godina u kuhinji oblikovalo je Dragana Šljivića, ali njegov pristup kuhanju i dalje iznenađuje. "Sve ono što uradim ne smatram dovoljno dobrim da ne bi moglo biti još bolje," kaže on, opisujući svoj stil u tri riječi: samokritičan, strog i bezobrazno talentovan. Za Dragana, izazov nije samo priprema jela, već stvaranje iskustva, od kombinacija okusa do atraktivne prezentacije. Inspiraciju crpi iz tradicije, ali je spaja s modernim tehnikama i fusion pristupom, koristeći lokalne namirnice. Njegova strast su eksperimenti s 'petom četvrtinom', pretvarajući neobične dijelove mesa u jela koja ostavljaju bez daha.

HUBiH: Dragane, više od 20 godina radite u kulinarstvu, kako biste opisali svoj stil kuhanja u tri riječi i zašto baš te riječi?

DRAGAN: Kada sam prije 26 godina odlučio da ću se baviti ovim poslom tada sam i odlučio da ću biti jako uporan i u tom momentu jedno jako zanemareno zanimanje pomjeriti sa u to vreme nezasluzenog mjesta. Moj stil kuvanja kroz TRI RIJEČI su nešto što me i veći dio karijere prati a to su:
SAMOKRITIČAN - jer sve ono što uradim ne smatram dovoljno



dobrim da ne bi moglo biti još bolje, i spreman sam dugo dugo raditi na jelu da bude kompletno onako kako ga ja zamišljam.

STROG - iz prethodne osobine prije svega prema sebi, a onda i prema članovima svoga tima, jer mislim da samo zajedničkim interesom i nastupom da nešto bude savršeno možemo uspjeti. **BEZOBRAZNO TALENTOVAN** - nekako kroz karijeru su se uvijek pojavljivali zahtjevni gosti koji su tražili nešto što je neizvodljivo i teško. Takve goste sam volio uvijek jer tad proradi taj talenat za sklapanje ukusa i tekstura da jednostavno gostu ne ostaviš prostora za kritiku.

HUBiH: Odakle crpate inspiraciju kada kreirate nova jela ili kombinacije okusa?

DRAGAN: Par zadnjih godina je to definitivno tradicija samo rađena modernim tehnikama i u modernoj prezentaciji. Drugo što u zadnje vrijeme koristim je isto tako Fusion - poznate svjetske tehnike samo sa našim namirnicama što zna biti veoma interesantno.

HUBiH: Postoji li namirnica koju posebno volite eksperimentirati na nesvakidašnje načine?

DRAGAN: PETA ČETVRTINA ili što bi Talijani rekli "Quinto Quarto". U prevodu za publiku koja ne razumije a vjerujem i da ima dosta kolega iz struke koji se ne susreću sa ovim izrazom da pojasnim. Kod klasične podjele mesa životinja meso se dijeli na četiri četvrtine (prednje i zadnje), a sve ono što ostane kao što su iznutrice i manje "plemeniti" dijelovi spadaju u ovu grupu kao što su jezik, rep, obrazi, mozak, tripice, koža. Naravno sve se to radi sa savremenim tehnikama, uz jedan detaljan pristup i stvaraju se neke dodatne vrijednosti. Ovaj pravac je jako zanimljiv što je u samoj nabavci ove namirnice dosta niža nabavna cijena, a sa jednim kvalitetnim jelom možeš biti konkurentan, još ako se atraktivno prezentuje, vrlo lako možeš dobiti jedno "Signature jelo".





HUBiH: Kako balansirate između tradicije i modernih trendova u gastronomiji?

DRAGAN: Pa iskreno nalazimo se u nekom vakum prostoru gdje je veliki dio publike još za tradiciju, a po meni istu tu tradiciju raditi u objektima u koja su uložena ogromna finansijski sredstva je malo suludo, samim tim dolazimo da imamo restorane koji konceptualno imaju sve u ponudi i šalju jednu poruku krajnjem potrošaču da je sve super. Iskreno mislim da to ne može tako.

Bazu za kvalitetan posao i dalje nalazim u tradiciji koju malo umijem i prepakujem kroz moderan servis, a za sebe i za svoju dušu periodično organizujem večere na kojima pokažem svoj talenat i prezentujem neke stvari iz moderne gastronomije.

HUBiH: Koji je najne očekivaniji kulinarski izazov koji ste ikad savladali?

DRAGAN: Pa izazov slobodno mogu reći kad gost dođe i ostavi mi prostor da mu spremim nešto po svom. Kad mu serviram

par jela koja on nije očekivao da će ikada probati, a oduševi se, ode iz restorana pa kroz par dana dođe i pita može li isto, a ti se sjećaš šta si mu prošli put spremio jer toga nema na karti onda je to uspješno odrađen izazov.

HUBiH: Najviše volite pripremati morsku ribu – postoji li “tajna” tehnika koju koristite da ona uvijek bude savršena?

DRAGAN: Svakako kada se radi sa morskim stvarima koje su raznolike postoje i određene hajde da kažemo tajna kako bi

savršeno pripremili određeno jelo, ali opet kažem zavisno šta spremamo.

Ako pričamo o nekoj ribi sa grila tu se prvenstveno igram sa temperaturama da dobijem savršenstvo. Mali savjet neko sam ko voli da ostavi pri pečenju ribe uz kost da bude malo sirova/ sočna, a okolo kožica hrskava. Ako pričamo o sirovim ribljim stvarima tu se poigravam sa kombinacijom citrusa, kvalitetnog maslinovog ulja i začina.

Ako pričamo o rižotu tu treba povesti računa o pravilno pripremljenoj riži za ovo jelo, kvalitetnom sosu ili juhi za podlijevanje i o osnovnoj namirnici od koje pravimo rižoto da sačuva teksturu i oblik, a ne da dobijemo kašu.

HUBiH: Koje jelo biste preporučili početnicima koji žele eksperimentirati s mediteranskom kuhinjom?

DRAGAN: Pa početnici po meni ako bi željeli da rade neka mediteranska ili morska jela trebaju prije svega da savladaju dobre riblje juhe, dobar bisque od škampi ili gambora kao osnova, da maksimalno koristi sve dijelove od ribe, da isto tako znaju napraviti dobru paradajz šalšu a onda je dalje sve stvar mašte i kombinacija ukusa.

HUBiH: Postoji li desert ili glavno jelo koje ste ponosni što ste prvi u regiji predstavili?

DRAGAN: Postoji ih više, ali izdvojiću od kolača jedan koji trenutno radim kod sebe u

restoranu a zove se jednostavno MANGO - sastoji se od tučenog ganache od grčkog jogurta, bijele čokolade i tonke. Taj se ganache glazira tankim slojem hrskave čokolade i uz njega se servira mango confit, sladoled od mangle i Crumble. A od slanijih jela bih izdvojio juneće obraze u sosu od crvenog vina, na ovom jelu sam dosta dugo radio, zatim zapečeni juneći repovi sa domaćim njokama, rižoto od gambora sa bisque od gambora i sladoledom od sira, tuna tataki na humusu od crnog pasulja sa romesco sosom, zapečeni rolovani ćevap u pečenoj paprici sa kačkavaljem, i još dosta nekih jela.

HUBiH: Kako birate kombinacije okusa kada razvijate novo jelo?

DRAGAN: Za te kombinacije kao što kažete, dosta iskustva ili sama vizija kuvara je od velikog značaja. Ja npr. zavisno od namirnice koja mi je osnovna kombinujem da svaka dodatna stvar na tanjiru čini prethodnu stvar boljom, jednostavno da je podigne. Tako da dosta masno traži nešto kiselo, krema ili pire na tanjiru traži isto tako nešto kontra, a to je nešto hrskavo. Tako da se složi jedan kvalitetan tanjir potrebna je vještina da se igra i sa ukusima i sa teksturama. Kada želim da pokažem talenat od jednog povrća napravim par tekstura pa tako da tada možemo imati pire, gel, espumu, oblak, čips, crumbli, to je već onda na malo većem nivou.



Sve ono što uradim ne smatram dovoljno dobrim da ne bi moglo biti još bolje.



HUBiH: Ako biste mogli promijeniti jedan trend u profesionalnim kuhinjama, što bi to bilo i zašto?

DRAGAN: Prije svega da se manje troši vrhnje za kuvanje, da ono ne bude osnova za sve sosove već čisto jedan mali dodatni detalj koji podiže ukus kompletnog jela. Zatim upotreba kao priloga pomfrita i svih proizvoda od zaleđenog krompira.

Ovo bih mjenjao jer na ovaj način nemamo svoj lični potpis, svi su nam sosovi isti, a samim tim i prilozima.

HUBiH: Koja je vaša omiljena destinacija za kulinarsku inspiraciju izvan BiH?

DRAGAN: Za kraj najlakše pitanje: Dalmacija, Istra i veliki broj zanimljivih beogradskih restorana sa različitim konceptima.

MOJA
PODRUM TOLJ



Vino blatničkih velmoža

PODRUM TOLJ proizvodnja vina adresa BA-88263 Čitluk, Donja Blatnica 22 Mob: +387 63 313 333 www.tolj.ba e-mail: joco.tolj@gmail.com

REMARIS

monri
MEMBER OF Payten

Više prometa, manje stresa.

Remaris rješenja za ugostiteljstvo.



KONTAKTIRAJTE NAS

www.monri.ba



ELEGANCIJA

koja podiže standard

Nježna, uravnotežena mješavina s **profinjenom aromom i svilenkastim završetkom**. Venecija donosi kulturu istinskog italijanskog espressa.



Uvoznik i distributer za BiH

COMPLEX

+387 33 273 800

+387 33 273 801

info@complex.ba

www.complex.ba

Complex d.o.o.

complex.ba

Women in Coffee

U martu slavimo snagu, strast i predanost žena koje čine srce svijeta kafe. Od prvog zrna na plantaži do savršene šoljice u vašim rukama, njihov pečat je ono što Caffè Vergnano čini posebnim.



Uvoznik i distributer za BiH

COMPLEX

☎ +387 33 273 800

☎ +387 33 273 801

@ info@complex.ba

🌐 www.complex.ba

📄 Complex d.o.o.

📄 complex.ba



REMA TRADE d.o.o.

OPREMA ZA UGOSTITELJSTVO, MESARSTVO
I SITNI UGOSTITELJSKI INVENTAR



RATIONAL Certified dealer

REMA TRADE Vam nudi visoko kvalitetnu profesionalnu opremo za ugostiteljstvo, te vrhunsku uslugo prodaje, montaže i servisiranja profesionalne opreme za ugostiteljstvo i mesarstvo. Pored opremanja, nudimo Vam i usluge projektovanja, konsaltinga i obuku radnog osoblja.

www.rematrade.net



📍 VIDOVDANSKA 2, 78252 TRN, LAKTAŠI ✉ info@rematrade.net 📞 +387 51 585 135

PROFESIONALNA OPREMA ZA UGOSTITELJSTVO I SITNI UGOSTITELJSKI INVENTAR



compimento.

U saradnji s renomiranim
proizvođačem Güral Porselen
donosimo vrhunsku HoReCa
kolekciju porculanskog
posuđa u našu ponudu.

Alipašina 51, Sarajevo
info@compimento.ba
+387 33 837 428



BITTER LEMON -
**PROFINJEN
GORAK OKUS**
OD 1783



©2018 European Beverage Co. SCHWEPPES, registered by and/or used by European Beverage Co. LLC.