

HIPRIH

SPECIJALIZIRANO

UGOSTITELJSTVO BIH

AMIR SIDRAN:

USPJEH DOLAZI ONIMA KOJI IMAJU SNAGU
VOLJE DA STRPLJIVO ČEKAJU NA NJEGA

www.alpeks.ba
ONLINE PRODAJA

Alpeks d.o.o.

📍 Krivoglavci bb, 71320 Vogošća – Sarajevo, BiH

☎ +387 33 424 865

✉ info@alpeks.ba

ALPEKS

PREDNOST DOBROG UGOSTITELJA




ZWIESEL
GERMANY



EcoBurner



pujadas



iSi
Whipping Cream



SCHÖNWALD
Germany



robot coupe



pujadas

la tavola

iSi

SCHÖNWALD
Germany

EcoBurner

APS



Pasabahçe

KÄRCHER



OPREMLJENI ZA SVAKU PRLJAVŠTINU

Usisivači sa funkcijom brisanja:
Kärcher proširuje ponudu
multifunkcionalnih uređaja za
čišćenje podova

Saznajte više na [karcher.com](https://www.karcher.com)





2025 MOSTAR

II. EUROSAN ECOTIME HUB HIGIJENSKI STANDARDI – RJEŠENJA ZA SIGURNIJE POSLOVANJE

ULAZ SLOBODAN

23. i 24.10.

Pridružite nam se na drugom Eurosan & Ecotime HUB sajmu u Hotelu Mepas u Mostaru. Nakon prošlogodišnjeg uspješnog internog sajma, ove godine s ponosom pozivamo sve naše poslovne partnere i klijente iz HoReCa, F&B i drugih industrija kao i sve druge zainteresirane.

Iskoristite ovu priliku da se iz prve ruke upoznate s najnovijim rješenjima za profesionalnu higijenu i opremu za vaše poslovanje. Kroz edukativne prezentacije i praktične primjere, dobit ćete uvid u inovacije koje štede vrijeme i novac, a istovremeno garantiraju najviše standarde higijene.

Sajam je idealno mjesto za razmjenu iskustava, širenje mreže kontakata i upoznavanje s vodećim svjetskim brendovima iz sektora, kao

što su Diversey, Electrolux Professional, Numatic, Tork, Vileda Professional, Tesa, GFL, Lacuna, Delta Plus, TTS, Eurocarta, CAHM i drugi.

Osim toga, sve posjetitelje čekaju posebni popusti i pogodnosti.

Saznajte kako primjena inovativnih rješenja direktno utječe na uspjeh vašeg poslovanja. Dodite i pronađite praktična rješenja za vaše najveće higijenske izazove.

Datum: 23. – 24.10.2025., od 11:00h
Lokacija: Mostar, hotel Mepas (Mepas Mall)

Eurosan Ecotime
Vaš partner za profesionalna higijenska rješenja



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. Kompetentan 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
SFERA D.O.O.**

**GRAFIKA
ANESA PINJIĆ**

anesa.pinjic@sfera.ba

**PRINT
SFERA D.O.O.**

**IZDAVAČ
SFERA D.O.O.**

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



NASLOVNICA:

AMIR SIDRAN,
Direktor prodaje i marketinga
hotela Mövenpick Sarajevo



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

AMIR SIDRAN

Uspjeh dolazi onima koji imaju snagu volje da strpljivo čekaju na njega

Samo sretan radnik može učiniti gosta sretnim.

14

LEJLA BARAKOVIĆ

Backyard – spoj industrijskog šarma i topline u srcu grada

„Željeli smo atmosferu koja izaziva emocije i detalje koji se pamte, prostor koji postaje iskustvo koje se pamti“

36

SEDAĐ DŽELILOVIĆ

Sezona, kreativnost i savršen balans: hotelska kuhinja kroz oči šefa

Kuhinja je srce hotela, a svaki gost putuje kroz okuse koje stvaramo s ljubavlju.

72

DAMIR ROŽAJAC

Naši talenti ne smiju tražiti budućnost vani – možemo biti Evropa ovdje, u Bosni i Hercegovini

Razgovor sa jedinim licenciranim bh. sudijom u slastičarstvu o međunarodnim takmičenjima, šećernom Sebilju i budućnosti domaće scene.

89

HAMZA CRNICA

Od zrna do šoljice: Moj put u svijet specialty kafe

Kako strast, preciznost i umjetnost u pripremi kafe mijenjaju doživljaj svakog gutljaja



Amir Sidran: Uspjeh dolazi onima koji imaju snagu volje da strpljivo čekaju na njega

Samo sretan radnik može učiniti gosta sretnim.

Intervju: Amir Sidran, Direktor Prodaje i Marketinga hotela Mövenpick Sarajevo

U svijetu hotelijerstva, gdje su doživljaj i detalji ono što razlikuje prosječno od vrhunskog, ističe se ime Amira Sidrana. Odnedavno na poziciji direktora prodaje i marketinga hotela Mövenpick Sarajevo, Sidran vodi strategiju koja spaja vrhunske međunarodne standarde s lokalnim potencijalom, fokusirajući se na kvalitetu usluge, inovativnost i promociju Sarajeva kao atraktivne destinacije. S bogatim iskustvom u ugostiteljstvu i međunarodnim projektima, te kroz stalno profesionalno usavršavanje, Sidran u razgovoru za HUBiH otkriva kako vidi trenutnu poziciju bosanskohercegovačkog hotelijerstva, izazove sektora i mogućnosti za njegov dalji razvoj.

Kako biste opisali trenutno stanje hotelijarstva u Bosni i Hercegovini, posebno u Sarajevu?

Iz godine u godinu hotelijerstvo u Sarajevu je u konstantnom napretku, posebno u zadnjih nekoliko godina, a kao dobar trend i pokazatelj napretka možemo vidjeti dolazak vrhunskih hotelskih brendova u BiH poput Movenpicka, Swisotela, Mariota i nadamo se uskoro i Hiltona. Hoteli navedenih brendova su hoteli u kojima se zaposlenici trude pružiti vrhunske usluge prateći svjetske trendove gdje se pokušava uvijek gostima pružiti "extraordinary" servis, jer je to jedini način da se gradi povjerenje i lojalnost gostiju, što je u konačnici obećavajuće za hotelsko poslovanje u budućnosti.

S druge strane, javlja se problem, jer pored renomiranih brendova, na tržištu ima mnogo privatnih, kako legalnih, tako i onih neprijavljenih smještajnih kapaciteta, koji su većinom u vlasništvu osoba koje nemaju puno iskustva u hotelskoj industriji i za cilj imaju samo revenue. Njihov fokus nije na kvaliteti servisa i zadovoljstvu gostiju, nego isključivo profit, pa tu imamo mnogo žalbi, gdje gosti odlaze iz BiH nezadovoljni i onda kad pogledamo prosječan feedback gostiju po pitanju njihovog smještaja u BiH, rezultati nisu baš na zavidnom nivou.

To je tačka u koju se trebaju uključiti odgovarajuće strukture na većem nivou kako bi s jedne strane zaštitili goste kao potrošače, a s druge strane zahtjevali od svakog ko pruža usluge smještaja da sve bude legalizovano i na visokom nivou, jer je turizam u ovom momentu jedna od 3 ključne grane poslovanja u BiH. Dobra stvar je da vidimo puno napretka u avio saobraćaju i povezivanju Sarajeva sa aerodromima širom EU, te zbog direktnih letova iz Londona, Milana, Meminga i slično, konstantno se povećava broj turista iz tih dijelova Evrope, tako da u budućnosti možemo računati na povećan broj gostiju tokom cijele godine, a ne samo tokom ljeta kad preovladavaju turisti s Bliskog Istoka.

Na kraju, EU i Južna Amerika nam trebaju svima biti u fokusu, jer kao što ste vidjeli u junu, zbog problema na Bliskom Istoku i odgođenih letova, sezona je bila jako upitna. Mislim da se svi skupa



trebamo potruditi više, a ne čekati samo da se stvari dešavaju "same od sebe". Sve u svemu, vidi se konstantni napredak i rast u svim segmentima turizma.

Koji su najveći izazovi sa kojima se hotelski sektor suočava u BiH, i kako se nosite s tim?

Najveći problem predstavlja manjak kvalifikovanih radnika, odnosno nedostatak u sistemu školovanja koji je fokusiran isključivo na turizam. Pod tim ne mislim samo ugostiteljstvo, nego općenito na sve sfere turizma. Tek posljednjih nekoliko godina vidimo blagi pomak na tom području ali će trebati dug period dok ne stvorimo bazu vlastite radne snage i iskreno se nadam da će se to desiti prije nego budemo morali u svim sektorima "uvoziti" radnu snagu iz Azijskih zemalja što je već popularan trend.

Mnogi hoteli se suočavaju s problemima pronalaska kvalitetnih radnika u svim odjelima, pa onda dođu u situaciju gdje moraju zaposliti nekog iz druge branše, što ponovo utiče na kvalitet pružanja usluge. Mi se s tim nosimo tako što nudimo praksu u svim odjelima hotela, npr. u kuhinji, restoranu, ljetnoj bašti, recepciji, te svim učenicima koji izraze želju da se nastave



Na koji način međunarodni brand poput Movenpicka doprinosi razvoju turizma i standarda usluge u Sarajevu?

Neću pogriješiti ako kažem da je procentualno ozbiljan broj u pitanju kad pričamo o gostima koji upravo zbog svjetski poznatog brenda Movenpick odaberu Sarajevo kao destinaciju za putovanje. Mnogo ljudi širom svijeta biraju isključivo određene brendove za smještaj na putovanjima i shodno tome tim brendovima vjeruju gdje god se nalazili.

Samo ime Hotela Movenpick je jako popularno i dobro poznato u svijetu, a to gostima na neki način pruža sigurnost, jer znaju da iza brenda "stoje" ozbiljni ljudi koji će uvijek saslušati njihove zahtjeve, pa i problema koji mogu nastati u toku putovanja i pomoći pri rješavanju istih, da li da se radi o otkazanom letu, izgubljenom prtljagu, pomoći pri organizovanju mjesta za posjetiti i slično...

Također puno gostiju koji koriste Accor "loyalty program", upravo zbog mogućnosti zarade bodova, te kompenzacija istih za smještaj ili restoranske usluge, biraju Sarajevo kao destinaciju upravo zbog mogućnosti odsjedanja u Movenpicku, gdje navedene benefite mogu koristiti.

Zbog svega navedenog, možemo zaključiti da hotel Movenpick igra važnu ulogu pri odabiru destinacije, u ovom slučaju Sarajeva, kao destinacije za putovanje mnogih gostiju iz cijelog svijeta.

baviti hotelijerstvom ponudimo mogućnost zaposlenja shodno njihovim mogućnostima. Tako imamo veliki broj radnika koji su kod nas radili praksu, zaposlili se preko raspusta, pa se kasnije vratili i dobili stalno zaposlenje.

Imamo i mnogo učenika s prakse koji su danas supervizori i menadžeri, koji su na te pozicije došli svojim trudom i zalaganjem ali i edukacijom koji pruža Movenpick kao brand. Ta dodatna edukacija podrazumijeva i odlaske u inostranstvo gdje je moguće steći dodatno iskustvo i

povezati se s kolegama iz Accor grupacije, te razmijeniti ideje i iskustva. Tako npr. imamo šefa kuhinje koji je bio uključen u razne projekte i edukaciju u Parizu, gdje je prisustvovao konferenciji luxury brendova poput Movenpicka, Pullmana i Swisotela. Nakon završetka projekata i edukacije, zbog zadovoljavajućih rezultata ukazana mu je prilika i pozicija koju trenutno obnaša, a to je pozicija Food and Beverage Managera, što je sjajan pokazatelj da hotel Movenpick cijeni i prepoznaje trud i zalaganje.

Pored toga, u hotelu imamo 4 sale za sastanke, odnosno konferencije i definitivno najekskluzivniju salu za vjenčanja i ostale privatne evente, koja se nalazi na krovu zgrade, što privlači mnoge grupe iz EU i zemalja regije, koje odaberu sale za seminare, konferencije, privatne zabave i slično, što doprinosi i popunjavanju smještajnih kapaciteta. Važno je napomenuti da hotel Movenpick ima kompletan HALAL certifikat,



što je veoma tražena i popularna opcija među gostima iz Londona i s Bliskog Istoka što je još jedan benefit koji nudi hotel, a direktno utiče na odabir Sarajeva kao destinacije za putovanja.

Primjećujete li promjene u strukturi gostiju koji dolaze u Sarajevo – po zemlji porijekla, navikama, očekivanjima?

Naravno. Upravo zbog otvaranja novih direktnih avio-linija iz mnogih gradova EU, možemo vidjeti povećan broj turista, posebno iz UK. Također je primjetan veliki broj povećanja gostiju iz Turske, kao iz Singapura i Malezije. Za razliku od gostiju iz arapskog zaljeva, gosti iz UK ostaju nešto kraće, 2 do 4 dana, dok gosti iz zaljeva ostaju 7 + dana pretežno.

Ono što je dobro jeste činjenica da gosti iz UK, Turske, Singapura, Malezije i slično putuju u mjesecima koji su van sezone, tj. Oktobar-Novembar i Mart-Maj, što je nama jako bitno, upravo iz ranije navedenog razloga kako ljudi koji se bave turizmom, a i svi oni koji se bave i ostalim poslovima vezanim za turizam imali posla tokom cijele godine, a ne samo u ljetnom period.

Kakva je Vaša strategija kad je riječ o unapređenju restoranskih i ugostiteljskih usluga unutar hotela?

Cilj je jasan: MICHELIN STAR. Moje subjektivno mišljenje je da jako puno energije i vremena trošimo na promociju jela, koja jesu autothona, ali su daleko od onih jela koja bi nam mogla donijeti slavu na svjetskom tržištu. Mislim isključivo na čevape (i burek). Mišljenja sam i sanjam o tome da se na sceni pojavi šef kuhinje koji će biti toliko kreativan da sogan dolmu ili sarmu predstavi na način zbog kojeg će gurmani širom svijeta poželjeti doći u BiH. Što se tiče strategije,

svakodnevno radimo na razvijanju novih ideja kako bi smo kreirali meni koji će moći ponuditi extraordinary iskustvo, tako što radimo na spajanju tradicionalnih jela s modernism touch-om, kako bi se zadržao taj autothoni recept i okus ali kako bi sve to izgledalo onako kako treba da izgleda u hotelima i fine dining restoranima. Nadam se da ćete uskoro biti u prilici da ekskluzivno baš o tome pišete.

Učestvovali ste na Horizon F&B Academy Premium Pariz...

To je jedno iskustvo koje se baš i ne može opisati riječima. Obzirom da je Pariz nekako kolijevka ugostiteljstva, ono što tamo doživljavaš kao gost, teško ćeš doživjeti negdje drugo. Posvećenost svakom individualcu je kao iz knjiga. Sve ono što se u školi uči kako treba postupiti prema svakom gostu je u većini svijeta samo teorija, dok smo u Parizu to lično doživjeli. I kad tako nešto doživljavaš, onda ti je cilj da to iskustvo preneseš dalje. Na akademiji su učestvovali generalni manageri i direktori premium Accor hotela iz cijelog svijeta i velika je čast biti dio toga. Tu se moram zahvaliti našoj direktorici i direktoru koji su u nama prepoznali osobe koje trebaju biti na nekom takvom eventu kao jedini iz BiH ikad. Sam taj gest od strane naših nadređenih je najveća motivacija koju smo mogli dobiti kako bi smo pružili ono najbolje kad je u pitanju rad u Movenpicku. Zatim, druženje s velikanima hotelijerstva u Parizu je nešto o čemu svako ko se bavi ovim poslom sanja. Nije to odlazak na sajam ili neki event, nego je posebno iskustvo gdje imaš priliku da učiš od najboljih. Kad kažem najboljih, mislim na ljude koji imaju zavidne rezultate u Parizu, Londonu, Dubaiju i drugim top destinacijama. To su ljudi koji su svojim inovativnim idejama izmjenili

hotelijerstvo. Kao i u svakom poslu, i u hotelijerstvu je networking ono najvažnije. A biti u kontaktu s navedenim osobama nam daje za pravo reći da kroz sve te projekte uključujući i učešće na akademiji u Parizu, Movenpick definitivno ima širom otvoren prozor konekcija po cijelom svijetu!

Koliko je važno stalno usavršavanje osoblja?

Sa sigurnošću mogu reći da je najvažnije imati dobrog mentora i biti mentor shodno svom iskustvu i znanju! 7 godina sam radio u Dubaiju i 3 godine sam imao mentora. U te 3 godine sam naučio i napredovao više nego sve ostale godine gdje sam radio bez mentora. Razlog za to je što kad imaš mentora, ta osoba ti u lice kaže ono što možeš popraviti i usavršiti.

Nekad je ta istina bolna, ali ako joj pogledaš u lice i izađeš na megdan izazovima u svrhu samounapređenja, onda si sigurno na dobitku! Iskren da budem, u BiH baš i nisam očekivao da ću naći nekoga za koga mogu reći da radi po principu "walk the talk", ali sam po dolasku u Movenpick susreo osobu koja mi je inspiracija i motivacija. Vođen primjerom, također sam preuzeo odgovornost da svoje iskustvo i znanje podijelim s mlađim kolegama upravo iz razloga što vjerujem da je usavršavanje osoblja jako važno za cjelokupno poslovanje hotela. Mislim da u svakom hotelu postoje ljudi koji su jako sposobni, samo je pitanje da li ih "forsiramo" na pravim

pozicijama i u odgovarajućim odjelima. Jako je važno razgovarati s ljudima kako bi smo razumjeli koji su im ciljevi i šta konkretno očekuju od nas kao nadređenih u svrhu ostvarenja ciljeva. Često neko ima određene sposobnosti ali ih nije imao priliku demonstrirati na pravi način, jer je okupiran obavezama u kojima se baš i ne snalazi. Zato je jako bitno da prepoznamo potencijal i uložimo napor i energiju kako bi se upravo osobe koje su već u timu unaprijedile. S druge strane, tako stičeš povjerenje i lojalnost radnika. Često volim reći, ako želite da su Vam sretni gosti na front office-u, onda se potrudite da vam budu sretni radnici u back office-u. Jer samo sretan radnik može učiniti gosta sretnim!

Vidite li potencijal za jače povezivanje turizma i lokalne gastronomije?

Jedan primjer upravo iz Pariza je da određeni hoteli imaju obavezu da 7-14% namirnica bude iz lokalne zajednice, odnosno s lokalnih farmi. Naravno uz određene procedure.

Ja bih kod nas zakonom uslovio sve velike brendove da dio namirnica mora biti isključivo iz lokalne proizvodnje.

Također bih zakonom obavezao svaki svjetski brend koji želi doći u BiH da mora raditi na promociji lokalne kulture i gastronomije. Ne da može biti turistički adut, nego je to upravo "X FACTOR" koji možemo iskoristiti do te mjere, da



značajan broj turista možemo privući upravo zbog lokalne gastronomije, što su u suštini mnoge države i uradile. Mi kao narod općenito volimo tuđe više nego svoje, kao negativan primjer možemo uzeti količinu uvezene vode, voća, povrća i ostalih artikala, dok naše njive zjape prazne, farme propadaju i ljudi proizvode uništavaju i bacaju, jer nemaju garantovan otkup. Ali to je tema za ove koji bi se trebali baviti tom problematikom...

Šta bi ste voljeli da gosti iz svijeta zapamte?

Pa ono što najviše pamte, a to je baš naše gostoprimstvo i prijateljstvo. Ne dešava se baš svugdje u svijetu da nekom strancu pukne guma, priđe lokalac, zamjeni mu gumu, pozove ga na ručak i kafu i još se on njemu zahvali što ga je imao priliku ugostiti! Po tome smo poznati i želim da tako ostane.

Želim da se priča o moru pozitivnih primjera i da ne dozvolimo da tu i tamo neki pojedinac svojim lošim primjerom baci sjenu na svu dobrotu koju mi Bosanci i Hercegovci imamo urođenu! S tog gledišta, mi smo najbolji narod na svijetu, to nam niko ne može osporiti i želim da svi stranci to ponesu i o tome pričaju! Jer sve ostalo možeš kupiti, iskrenost i dobrotu iz srca ne možeš! To il' jesi il' nisi!

Kako ocjenjujete podršku lokalne zajednice?

Mislim da je tu ogroman prostor za napredak!

Kakva je Vaša vizija za budućnost hotelijerstva i ugostiteljstva u BiH u narednih 5 do 10 godina?

Mislim da kao destinacija iz dana u dan rastemo i napredujemo. Imamo puno stvari na kojim trebamo skupa raditi, poput smanjenja ilegalnih smještajnih jedinica, ilegalnih prevoznika bez osiguranja, ali općenito mislim da smo na dobrom putu. U narednih 5 godina, još mnogo velikih hotelskih brendova će doći u BiH, posebno u Sarajevo i Mostar. Ako se fokusiramo na resurse koje imamo, a to je voda (jezera, rijeke) i urbani turizam, mislim da možemo postati top i nezaobilazna destinacija tokom cijele godine. Naš fokus ne treba biti centar gradova, nego se trebamo orijentisati planinama i sportu.

Kad kažem sportu, mislim na to da se trebamo truditi da u BiH imamo bar 4-5 sportskih kampova, gdje bi ozbiljne sportske ekipe tokom cijele godine mogle dolaziti na pripreme i na odmor. Također postoji veliki potencijal za medicinski turizam gdje bi smo se mogli ugledati na pojedine gradove koji su u zadnjih par godina postali super popularni upravo zbog ponude vezane za medicinski turizam, a pod to možemo uvrstiti i presadnju kose, estetske operacije, dentalne operacije i slično. Od svega, ono čemu se najviše nadam i što najviše priželjkujem jeste da se država kao država više posveti da oživi zimski turizam

na Bjelašnici i Igmanu, jer se trenutno 80-90% tog turizma zasniva na privatnim organizacijama i eventima. To je jedan ogroman i neiscrpan potencijal za koji se svi trebamo zalagati. To je ono što bi nas sve moglo učiniti ponosnim, uticati na razvoj lokalnog turizma, doprinjeti lokalnoj gastronomiji, potencijalno povećati broj letova, privući turiste iz Evrope. To bi zahtjevalo dodatni smještajni kapacitet (opet kažem na većem nivou, ne ubrajam u to privatne apartmane), što znači potencijal za dolazak ozbiljnih brendova poput Movenpicka i na planine!

A ako uzmete najpopularnija zimska odmarališta, vidjet ćete da je njihov doprinos turizmu u državama u kojim se nalaze puno veći od doprinosa gradova koji nude gradski turizam, sličan onom što mi nudimo u većini gradova BiH.

Ono što trebate znati jeste da se planinski turizam ne odnosi samo na skijašku ili zimsku sezonu, nego tu postoji ogroman potencijal turizam u toku cijele sezone, a to uključuje šetališta, biciklističke staze, hiking, camping i slično. Sve u svemu, mislim da ćemo u narednih 5 godina napredovati brže i više nego u proteklih 15 godina.





Backyard – spoj industrijskog šarma i topline u srcu grada

„Željeli smo atmosferu koja izaziva emocije i detalje koji se pamte, prostor koji postaje iskustvo koje se pamti“

Lejla Baraković, talentirana dizajnerica interijera, poznata je po svom pristupu koji spaja čiste linije, neutralne tonove i profinjene detalje, stvarajući prostore koji odišu elegancijom, udobnošću i skladom. Svaki njen interijer pažljivo je osmišljen, s namještajem po mjeri koji naglašava jedinstvenost i funkcionalnost, a inspiraciju pronalazi u umjetnosti i ljepoti svakodnevnog života.

Kada je dobila zadatak dizajnirati Backyard, prostor u srcu grada, Lejla je odmah prepoznala priliku stvoriti nešto drugačije – ambijent koji izaziva emocije, u kojem se svaki detalj pamti, a posjetitelji se uvijek rado vraćaju. Rezultat je prostor koji spaja industrijski šarm s toplinom, funkcionalnost s vizuelnim užitkom, i mjesto

koje potvrđuje Lejlinu reputaciju dizajnerice koja razumije i potrebe klijenta i očekivanja njegovih posjetitelja. Kada se investitor odlučio na saradnju s arhitekticom Lejlom, već je imao osjećaj da će njihove vizije biti usklađene. Nakon prvog sastanka rodila se jasna ideja – Backyard će postati prostor drugačiji od svega što se do tada moglo vidjeti u gradu. „Već tada sam znala da će ovo biti zanimljiv i poseban projekat“, kaže Lejla.

Sam prostor, njegova namjena i lokacija, odredili su smjer dizajna. Zidovi od cigle koje su zatekli na početku dali su industrijski karakter, a cilj je bio unijeti toplinu i stvoriti ambijent kojem će se posjetitelji vraćati. „Željeli smo atmosferu koja izaziva emocije i detalje koji se pamte. Kombinovali smo različite pravce, ali sve u cilju da dobijemo balans između sirovog i toplog“,



Intervju: Lejla Baraković, dizajnerica interijera

**Ključ je bio prostor
podijeliti u funkcionalne
cjeline i igrati se vizuelnim
trikovima – manji elementi
na završecima, uređenje
zidova, namještaj po mjeri.**

objašnjava dizajnerica interijera. Industrijski stil često može izgledati hladno, no u Backyardu je on ublažen pažljivim izborom materijala i boja. Beton, cigla i metal dobili su kontrast u drvetu, mekanim tkaninama i toplim tonovima. Paleta se kretala od zemljanih i bež nijansi, preko toplih smeđih, do pastelno zelene. Obilje zelenila i biljaka donijelo je svježinu, dok je rasvjeta kreirala poseban ugođaj – veliki bijeli lusteri iznad šanka, podne lampe i LED trake doprinijele su toplini prostora.

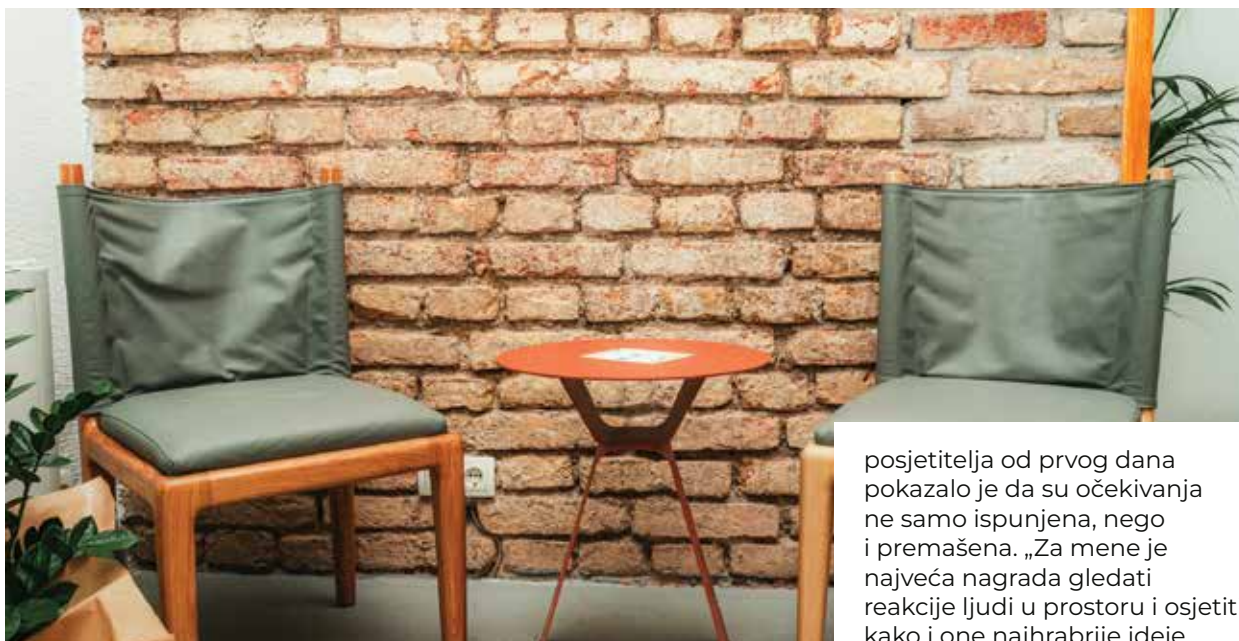
Organizacija prostora bila je poseban izazov. Backyard je uzak i dug, što zahtijeva kreativna rješenja. „Ključ je bio prostor podijeliti u funkcionalne cjeline i igrati se vizuelnim trikovima – manji elementi na završecima, uređenje zidova, namještaj po mjeri“, otkriva Lejla. Tako su nastale zanimljive zone, dok je centralni šank postao srce objekta. On je, osim vizuelnog akcenta, i funkcionalno projektovan kako bi omogućio brz i efikasan rad.

Svaki detalj Backyarda rađen je s pažnjom od komada namještaja izrađenih isključivo po mjeri, do usklađivanja boje metala na stolicama s jastucima i dvosjedima. „Posebno sam ponosna što u prostoru ne postoji komad namještaja koji se može naći u slobodnoj prodaji, sve je kreirano i izrađeno posebno za ovaj projekat“, naglašava dizajnerica interijera.

Najveći izazov bila je kratka dinamika izvođenja, ali timski rad i predanost doveli su do rezultata koji je nadmašio očekivanja. „Bila mi je čast raditi objekat u srcu grada. Znali smo da mora biti perfektan, jer želimo obogatiti ponudu i stvoriti mjesto koje može stajati uz bok lokalima u bilo kojem evropskom gradu.“

Backyard je spoj trendova i klasike, prostor koji će, zahvaljujući kvalitetnim materijalima i čistim linijama, godinama ostati svjež i bez potrebe za drastičnim preinakama. Interesovanje





posjetitelja od prvog dana pokazalo je da su očekivanja ne samo ispunjena, nego i premašena. „Za mene je najveća nagrada gledati reakcije ljudi u prostoru i osjetiti kako i one najhrabrije ideje funkcionišu“, zaključuje Lejla. Na kraju, dizajnerica savjetuje svim vlasnicima ugostiteljskih objekata da ozbiljno pristupe projektovanju. „Standardi i očekivanja gostiju su se promijenili, više nije dovoljno poredati iste stolove i stolice. Ako budžet ne dozvoljava angažovanje profesionalca, uvijek je vrijedno barem konsultovati se s arhitektom ili dizajnerom.“ Backyard je dokaz da pažljivo promišljen interijer može postati mnogo više od prostora – može postati iskustvo koje se pamti.



Setavel - efekt mat svile za elegantne zidove

Setavel je najnoviji materijal za dekoriranje zidova talijanskog proizvođača Valpaint. Odlikuje se izrazitim mat izgledom koji podsjeća na svilu, dok je istovremeno mekana na dodir. U svijetu suvremenog interijera, gdje se estetika susreće sa funkcionalnošću, izbor završne obrade zidova igra ključnu ulogu u stvaranju prostora s karakterom.

Jedan od materijala koji se ističe svojom profinjenošću i taktilnim doživljajem je Setavel. Možemo reći da je to luksuz koji se osjeća pod

prstima. Setavel zidovima daje mekani, baršunasti izgled koji podsjeća na brušeni antilop ili svilu.

Njegova površina, osim što vizualno odražava sofisticiranost, poziva i na dodir pružajući senzaciju mekoće i topline. Upravo ta kombinacija vizualne i taktilne privlačnosti čini ga jedinstvenim izborom za moderne interijere. Setavel dolazi u bogatoj paleti nijansi, od nježnih neutralnih do izražajnih i jakih tonova. Kao i svi Valpaintovi proizvodi, Setavel je razvijen u skladu sa najvišim ekološkim standardima. Na bazi vode i bez štetnih otapala, ovaj premaz je siguran za korištenje u svim vrstama



interijera. Površine premazane Setavelom lako se održavaju i otporne su na svakodnevnu upotrebu.

Setavel je više od dekorativne boje to je materijal koji unosi duh elegancije, mekoće i suvremenosti u svaki prostor. Svojom raznolikošću i sposobnošću da odgovori na estetske i funkcionalne zahtjeve suvremenog dizajna, postaje nezaobilazan izbor za arhitekte i dizajnere koji teže stvaranju autentičnih i luksuznih ambijenata.

Ugradnja ovog materijala je veoma jednostavna. Nakon





standardne pripreme zida nanosi se jedan sloj temeljnog premaza Primer 800, te nakon njegovog sušenja inox gleterom nanosi se Setavel po čitavoj površini tanko i uniformno. Drugi sloj se izvodi na način da se samo potačkaju dijelovi površine i odmah potom se sva površina popunjava cik-cak potezima također jednostavno špahtlanjem koristeći isti gleter.

Ovakav zid nakon potpunog otvrdnjavanja boje od 14 dana postaje periv uz istovremenu prozračnost, tj. zid nesmetano diše.





SETA VEL

elegantni mat izgled!

dekorativne boje
VALPAIN[®]

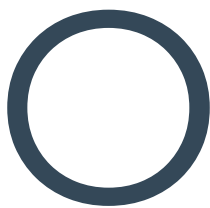
Valpaint design d.o.o.
Dobrinjska do 27, Sarajevo
Tel.: 033 626 134
www.valpaint.it

Nusproizvodi vinske industrije kao nova gastronomska vrijednost

Od vinske komine do gourmet delicija – inovativni
pristupi u korištenju nusproizvoda vina

Piše: Doc.dr.sc. Marija Banožić

Agronomski i prehrambeno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Mostaru



drživost i ekološka
osviještenost sve je aktualnija
tema koja ne zaobilazi ni
ugostiteljski sektor. Restorani,
ali i drugi ugostiteljski objekti,
sve češće razmišljaju kako
smanjiti otpad i utjecaj na

okoliš primjenjujući održivije prakse u kuhanju,
pripremi hrane i upravljanju otpadom. Vinarstvo
i vinogradarstvo je već stoljećima utkano dio
gastronomije Mediterana, Europe i svijeta. No
kao i svaka druga proizvodnja, tako i proizvodnja
vina generira određene količine nusproizvoda.
Kožice, sjemenke, peteljke i vinski talog
neizbježno nastaju tijekom proizvodnje vina i
tako doprinose nastanku organskog otpada i
emisiji stakleničkih plinova.

Donedavno su se smatrali teretom, ali današnja
gastronomska scena u njima vidi priliku. Tako
se sve češće na menijima mogu pronaći jela
obogaćena upravo nusproizvodima. Restorani
koji se oslanjaju na održive principe i filozofiju
„zero waste“ sve češće pronalaze kreativne
načine kako od vinskog otpada stvoriti
gurmanske delicije.

Priča o održivosti iako veoma aktualna i nije tako
nova. Nekada je svaka kuća u vinskim krajevima
nalazila praktičnu uporabu za ostatke grožđa.
Komina je hranila stoku, a komovica grijala u
zimskim danima. No, današnja generacija kuhara
ide korak dalje. Oni od vinske komine dobivaju
sjemenke, a od njih ulje, ili kominu suše, melju
i pretvaraju u brašno za kruh, tjesteninu ili
kolače. Takvo brašno daje jelima karakterističnu
tamnoljubičastu boju i diskretnu voćnu aromu.

Osim toga ovakva ponuda pruža gostima priliku
da podrže koncept održivosti. Skandinavske
zemlje možemo smatrati pionirima održivosti.
U njihovim restoranima kuhari od vinskih
nusproizvoda rade fermentirane umake i
preljeve. Slično, u Francuskoj i Italiji sve se češće
poslužuju deserti obogaćeni prahom od sušene
komine, koji podsjeća na kakao s primjesom
voćne arome. Čak i smrznuti deserti s dodatkom
groždanih sjemenki ulaze na jelovnike modernih
slastičarnica.





Slika 1: Separacija sjemenki i sušenje komine grožđa u sklopu istraživanja na Agronomskom i prehrambeno-tehnološkom fakultetu Sveučilišta u Mostaru

Što o nusproizvodima kaže znanost

Oko 80 % ukupne količine proizvedenog grožđa koristi se za proizvodnju vina, a od te količine čak 20 – 25 % čini komina, koja je najčešći otpadni nusproizvod proizvodnje vina. Kominu čine kožice grožđa, sjemenke, pulpa i peteljke. Komina grožđa sadrži visoku razinu polifenola, spojeva nositelja antioksidacijske aktivnosti, a znanstveni radovi navode da je njihov udio koji zaostaje u komini oko 70%. Iako se ponekad smatraju otpadom, ovi nusproizvodi imaju visoku nutritivnu i zdravstvenu vrijednost. Bogati su antioksidansima, vlaknima i vitaminima, a sjemenke sadrže ulje s visokim sadržajem omega masnih kiselina. Ulje karakterizira i prisustvo visokih koncentracija sterola, od kojih dominiraju-sitosterol, kampesterol i stigmasterol, kao i izomeri vitamina E (tokotrienoli i tokoferoli).

Nusproizvodi vinske industrije kao gastronomski resurs

Možda najpoznatiji proizvod od nusproizvoda grožđa je ulje sjemenki grožđa. Prešanjem sjemenki grožđa dobiva se visokovrijedno ulje kojeg odlikuje lagan orašasti okus. Takve karakteristike čine ga pogodnim salatnim uljem. No za razliku od nekih drugih ulja, ima visoku točku dimljenja, obično između 190 i 230 °C, što ga čini prikladnim za obradu na visokim temperaturama. Nakon prešanja ulja, zaostaje tzv. Pogača, bogata vlaknima i proteinima. Samljevena

pogača se može koristiti kao brašno za kruh, tjesteninu ili kolače. Takvi proizvodi ne samo da imaju bogatiju boju i aromu, već i visoku nutritivnu vrijednost. S druge strane, osušena i mljevene kožice grožđa mogu se koristiti kao aditivi u prehrani gdje daju crvenu boju i diskretnu voćnu aromu. Vinski talog također pronalazi svoje mjesto u gastronomiji. Mnogi fine dining restorani koriste ga za aromatiziranje umaka, variva ili kao bazu za fermentirane napitke.

Njegova kremasta tekstura i složen profil kvasaca mogu oplemeniti jela, dajući im dodatnu dubinu okusa. Talog se može i dehidrirati pa koristiti u prahu, primjerice za posipe u sirevima ili desertimašto daje jedinstveni okus i doprinosi teksturi. Neki od primjera primjene nusproizvoda vinske industrije u gastronomiji su rižoto s dodatkom komine, keksi obogaćeni s pogačom koštica grožđa s povećanim udjelom polifenola, majoneze i namazi sa uljem sjemenki grožđa kao i suhomesnati proizvodi u kojima dodatak ekstrakta sjemenki grožđa pozitivno djeluje na antioksidacijsku stabilnost, a osobito u sprečavanju lipidne hidrolize.

Mogu li restorani biti pioniri održivosti

Zero waste trend u gastronomiji postaje sve snažniji. Na temelju tog načela vinski otpad je izjednačen vrijednosti svježe namirnice. Umjesto da ga doživljavaju kao problem, kuhari ga vide

kao inspiraciju za stvaranje novih recepata. Neki od pionira održive gastronomije izrađuju jelovnike koji se mijenjaju ovisno o sezoni i dostupnosti nusproizvoda, uključujući i vinske nusproizvode. Koncept „zero waste“ u kojem se ništa ne baca danas nije samo trend, nego nova filozofija kuhanja. Restorani koji žele biti u koraku s vremenom više ne bacaju ništa što se može iskoristiti. U Brightonu, primjerice, restoran Silo poznat je kao pionir zero waste gastronomije.

U njihovoj kuhinji svaki jestivi nusproizvod nalazi novu primjenu, a svi ostaci se kompostiraju. Slične ideje pojavljuju se i kod mladih kuhara u Beču, Kopenhagenu ili Zagrebu, koji istražuju kako iskoristiti nusproizvode i dati im novu vrijednost. Takvi restorani funkcioniraju kao mali laboratoriji. Izbjegava se prekomjerno gomilanje hrane, kombiniraju različite tehnike, a na jelovnicima se često ne zna što će se nuditi sutra, jer se kuha s onim što priroda i lokalni proizvođači trenutno nude.

Time se stvara nova estetika kuhinje s nusproizvodima kao ishodištem kreativnosti. Primjeri uključuju kruh od brašna komine, fermentirane napitke na bazi vinskog taloga, sladolede s aromama grožđanih sjemenki ili jela u kojima se prah od sušene komine koristi za aromatiziranje ili kao bojilo. Takvi pristupi ne donose samo inovativne okuse, već i snažnu poruku o odgovornom odnosu prema hrani.

Zero waste kao novi narativ u gastronomiji

U današnjem ugostiteljstvu gosti ne traže samo dobar okus, nego i neko dodatno iskustvo, autentičnost i pozadinsku priču. Jela poput kruha obogaćenog brašnom od komine ili desert s prahom vinskog taloga idealno se uklapaju u suvremenu težnju za nečim drugačijim ili autentičnim. Time se restorani izdižu iz prosjeka i postaju edukatori i ambasadori promjene, gdje gostima približavaju koncept



Slika 2: Predavanje doc. dr. sc. Marije Banožić na temu nusproizvoda vinske industrije na festivalu vina Trnjak, Ljubuški, 2025

u kojem otpad može biti izvor novih vrijednosti. Za mnoge goste to je i emotivno iskustvo, osjećaj da sudjeluju u nečemu novom i odgovornom. Restorani tako ne nude samo hranu, već i edukaciju, pokazujući da luksuzna gastronomija može ići ruku pod ruku s održivošću. Unatoč potencijalu, korištenje nusproizvoda u gastronomiji nosi svoje izazove. Potrebno je razviti sigurne metode obrade i skladištenja, osigurati stabilnost

okusa te educirati kuhare o novim tehnikama. S druge strane ti izazovi otvaraju prostor za kreativnost i inovaciju. Na taj način gastronomija stvara zatvoreni krug: od vinograda do čaše, pa sve do tanjura gdje se ništa ne baca, a sve postaje dio jedinstvene priče jednog grozda grožđa. Možda će upravo vinska komina, nekoć otpad, postati nova gastronomska ikona i dokaz da pravo bogatstvo dolazi iz onoga što smo dosad zanemarivali.

Uz vas i kod kuće
i u gostima.



svaki



dan



Snježana Gagić Jaraković: Nove generacije na poslu – izazovi i prilike za ugostiteljske menadžere

Piše: dr. Snježana Gagić Jaraković, profesor, konsultant i trener agencije za edukaciju ugostitelja „Five Star Experience“

Najveći broj zaposlenih u ugostiteljstvu čine pripadnici Milenijalaca (1980–1995) i Generacije Z (1996–2010). Najvećim delom mladi između dvadesetih i tridesetih godina rade u restoranima, barovima i hotelima širom sveta. To znači da upravo njihove vrednosti, stil učenja i očekivanja od poslodavca treba proučiti da bi se bolje razumeli. Lupanje šakom o sto i bezpogovorni autoritet su davno prevaziđeni načini upravljanja. Razumevanje ovih generacija i prilagođavanje sistema obuke i rada njihovim

specifičnostima i navikama postaje ključno za stvaranje uspešnih i motivisanih timova. Dakle, ponavljam, bezpogovorna poslušnost nije ono što odlikuje ove generacije, stoga treba menjati taktiku. Najvažnije je krenuti od premise da odrasli uče iz dva razloga: zato što to žele ili zato što im je to korisno. Ako imate nameru da učite odrasle važno je da im objasnite koji je cilj tog učenja, odnosno zašto oni to rade i koju korist će imati od toga. Drugi preduslov za dobru motivaciju je praktična primena naučenog. Ako polaznici obuke ili učesnici treninga ne vide praktičnu primenu iznetih informacija neće biti

rezultata. Savladivost gradiva je takođe vrlo važna jer je teško govoriti o uparivanju hrane i vina, ako polaznici ne znaju razliku između malbeka i portugizera, graševine i gevrctraminerera. Dakle, mora ići po redu, onako kako je logično – osnovno ka specifičnom znanju. Unutrašnja motivacija je jak pokretač jer oni polaznici koji obuku vide kao put ka ličnom unapređenju, većoj kompetentnosti i većem samopouzdanju radije će se uključiti od onih koji to nemaju. Kada obuka ima orijentaciju na rešavanje nekog problema onda je to dodatni izazov. **Progres mora da bude merljiv jer što ne može da se izmeri ne može ni da se unapredi.** Veoma je važno raditi na promeni uverenja kod zaposlenih jer se **samo promenom uverenja** menja i ponašanje. Ukoliko je zaposleni ubeđen da je neko vino skupo, on ga neće nuditi sve do onog momenta dok on ne promeni uverenje i shvati da pojedini ljudi dobre platežne moći žele da uživaju u dobrim vinima čija cena nije mala.

Ko su zapravo milenijalci?

Milenijalci su generacija koja želi empatičnog šefa, posao koji ima svrhu, žele da uče kroz zabavu samo ono što oni smatraju svrsishodnim. Ovo je generaciji koja sve gugla i kojoj je internet ponudio personalizaciju, prilagođavanje na svakom koraku pa oni to očekuju i na poslu. Često se smatra da čvrsta ruka sve rešava, ali ovo nije slučaj i kod ove generacije jer uglavnom nisu lojalni poslodavcu i lako napuštaju posao kada imaju izbora. Oni žele logično objašnjenje zašto nešto rade na zahtevani način. S druge strane, često imaju osećaj više vrednosti, nerealna očekivanja i nemotivisani su.

Šta milenijalci žele?

Ugostiteljski poslovi su za dosta milenijalaca prelazno rešenje dok ne završe fakultet, dok ne

skupe za auto, dok ne nađu posao u struci itd. Odrastanjem uz MasterChef emisije, 24 Kitchen i popularizacijom gastronomije pojavljuje se sve više onih koji ga vide kao životni poziv. U dobrom okruženju ovi kandidati su visokomotivisani. **Dobro okruženje je ono koje oni percipiraju kao sistemski uređeno, gde imaju od koga da uče i gde je poslodavac pravedan.** Daju važnost životnom balansu pa radno mesto koje im oduzima pravo na slobodno vreme za njih nije dugoročno rešenje. Milenijalci vole da rade za ljude koje cene, važno im je da budu uvaženi kao članovi kolektiva i da vide svrhu svog zalaganja.

Kako milenijalci uče?

Postoje dve stvari koje utiču na njihov proces učenja, a to su tehnologije i odnosi. Kada govorimo o odnosima milenijalci su spremni da uče posmatrajući autoritet koji u njima izaziva poštovanje i u onim sistemima gde postoji zdrava organizaciona kultura. Ako ne vide da mogu razviti zdrav odnos sa svojim nadređenima, teško da će se potruditi da usvoje veštine i znanja koje oni od njih zahtevaju. **Oni će vas pratiti samo ako vam veruju i ako cene vašu ličnost i kompetencije.** S obzirom na to da je njihovo odrastanje vezano za pojavu i masovnu upotrebu novih tehnologija logično je da im je i sistem učenja vezan za njih. Kada milenijalci imaju problem oni konsultuju Chat GPT, Gugl ili Jutjub. Tamo su brojni video zapisi koji rešavaju mnogobrojne nedoumice: od toga kako naneti dobar prajmer na lice, osvojiti curu, do toga kako dobro dekantirati vino, iseći povrće ili tranžirati meso. Ozbiljne ugostiteljske kuće imaju svoje akademije na kojima se zaposleni na internom portalu upoznaju sa procedurama rada, novinama u ponudi i koracima koji vode ka ličnom rastu i razvoju. Dakle, učenje kroz video zapise je poželjno.



Mentorisanje na poslu

Mentorisanje je drugi način na koji će zaposleni brže savladavati zadate zadatke. Učenje uz iskusnijeg kolegu se pokazalo kao efektivno jer oni imaju više poverenja u one koji sa "njima dele muku". U svakom restoranu postoji onih 30% kojima su poslodavci zadovoljni. Dajte im zadatak da obučavaju mlađe kolege tako što će prvo utvrditi zajedno koji je cilj, koje zadatke je potrebno sprovesti da bi se ostvario i periodično pisati izveštaje o progresu. U ovom sistemu je dobro osmisliti nagradu na početku procesa za učenika i za učitelja.

Ova generacija ima strah od greške i rado skrivaju svoje slabosti pa će im biti komfornije da pokažu neznanje pred jednim članom kolektiva nego pred svima. Nikako se ne sme preskočiti ni mobilni telefon koji milenijalci nerado ispuštaju iz ruku. Prema istraživanjima prosečan milenijalac provede preko tri sata online svaki dan. Zbog toga se u većini restorana i obaveštenja šalju preko Viber grupe. Na ovaj način se mogu slati zanimljive informacije iz struke i korisni video sadržaji. Tri od pet milenijalaca smatra da ih prijateljstvo sa kolegama čini srećnijima i zadovoljnijima. Kada se zaposleni povežu na radnom mestu raste i njihova lojalnost prema preduzeću, a odsustva su manja. Ljudi vole da ostaju tamo gde im je lepo.

Specifičnosti generacije Z

Generacija Z se, u poređenju sa milenijalcima, ne ističe tako dramatično različitim vrednostima i obrascima ponašanja kao što su se milenijalci razlikovali od svojih prethodnika. Razlog leži u tome što su obe generacije odrasle u eri digitalne tehnologije i naučile da se oslanjaju na sve što ona nudi – od komunikacije i zabave, do obrazovanja i posla. Digitalno zapošljavanje putem društvenih mreža i karijernih platformi je ključno za Z generaciju, jer oni najčešće otkrivaju prilike upravo onlajn. Fleksibilnost u rasporedu rada je neophodna, budući da mladi zaposleni cene balans između poslovnog



i privatnog života više nego prethodne generacije. Oni su takođe privučeni organizacijama koje nude kontinuirano učenje i programe razvoja karijere, jer to pokazuje dugoročno ulaganje u njihov napredak. Snažne organizacione vrednosti imaju presudnu ulogu u privlačenju njihove potrebe za smislom. U restoranima, konkurentna plata i dalje ostaje osnovni uslov za privlačenje i zadržavanje kvalitetnog osoblja. Međutim, za generaciju Z sama zarada više nije dovoljna. Oni sve više vrednuju **celokupan paket pogodnosti**, a to u ugostiteljstvu znači: jasno definisane slobodne dane, godišnji odmor po zakonu (plaćen i dovoljan), podršku mentalnom zdravlju kroz razumne smene i fer raspodelu posla, mogućnosti za stalne obuke i napredovanje u karijeri (npr. somelijerski kursevi, komunikacioni treninzi, strukovne radionice),

obezbeđene obroke, nagrađivanje učinka kroz bonuse, transparentnu raspodelu napojnica itd. Ovi zahtevi generaciji Z su znak da ih poslodavac ceni, da se osećaju viđeno i da imaju prostora da se integrišu u sredinu u kojoj se gaje zdrave vrednosti. Restoran koji prepozna i ponudi ovakve uslove ne samo da će lakše privući mlade profesionalce, već će i smanjiti fluktuaciju, što je jedan od najvećih izazova u ugostiteljstvu. Generacije Z i nadolazeća Alfa u restoranskom okruženju žele da se osećaju **angažovano, vrednovano i povezano sa svojim timom**. Za njih, restoran nije samo mesto gde se odrađuje smena, već prostor u kojem žele da imaju osećaj pripadnosti. Kada se njihov glas čuje – bilo da je reč o sugestijama oko menija, rasporeda smena ili unapređenja



servisa – oni razvijaju jaču vezu sa poslodavcem i veću lojalnost prema restoranu. **Strukturirani mentorski programi**, gde iskusniji konobari ili šef sale vode mlađe kolege kroz prve mesece rada, kao i „peer coaching“ – uzajamna podrška među zaposlenima – pokazuju se kao odličan način da se prevaziđu generacijske razlike i ubrza proces učenja. Inicijative za prepoznavanje doprinosa – bilo kroz formalne nagrade tipa „zaposleni meseca“, ili kroz jednostavnu svakodnevnu pohvalu za dobru uslugu – imaju snažan efekat na motivaciju. Pored toga, **događaji za izgradnju tima i druženja van restorana** (zajedničke večere, degustacije vina, posete proizvođačima hrane) dodatno učvršćuju međuljudske veze, stvarajući osećaj da je restoran više od posla – to je zajednica u kojoj se ljudi razvijaju, uče i osećaju cenjeno.

Strah od propuštanja i stil učenja generacije Z

Generacija Z odrastala je u digitalnom okruženju gde se informacije i trendovi smenjuju neverovatnom brzinom. Zbog toga imaju izražen **strah od propuštanja (FOMO – Fear of Missing Out)**, što znači da žele stalno da budu u toku sa novostima, događajima i iskustvima. Paralelno, njihova pažnja je kraća, jer su navikli da konzumiraju sadržaj kroz kratke video-klipove, brze notifikacije i vizuelno privlačne formate.

Kada je reč o učenju i profesionalnom razvoju, oni najbolje reaguju na **kratke, vizuelne i interaktivne sadržaje**: kratke tutorijale, video-demonstracije, infografike, kvizove i praktične simulacije. Za razliku od tradicionalnih dugih predavanja, mladi zaposleni mnogo bolje usvajaju znanja kroz kratke module od

pet do deset minuta. To znači da će se, na primer, video materijal koji pokazuje kako pravilno dekantirati vino ili filirati ribu, zapamtiti brže i jasnije nego sat vremena teorijskog izlaganja. Podjednako efikasne su i interaktivne simulacije – role-play vežbe u kojima zaposleni glume realne situacije iz restorana, poput rešavanja žalbe gosta, prodaje predjela ili predlaganja određenog vina uz jelo.

Moje višegodišnje iskustvo kao trenera Five Star Experience (www.fse.rs) agencije potvrđuje navode da učenje kroz iskustvo (role-play), daje mnogo bolje rezultate od pukog slušanja. Kako generacija Z voli dinamiku i takmičarski duh, gamifikacija se pokazala kao odličan metod. Takmičenja tipa „ko će više prodati specijaliteta dana“ ili „ko zna više parova jelo-vino“ unose energiju i motivaciju, a njihov izraženi FOMO pretvara se u želju da budu deo najboljeg tima. Može se organizovati i izvlačenje kartica sa strukovnim zadacima: prodaj francusko belo vino, reši žalbu- gost je našao pesak u lignjama, predloži desert itd.

Još jedan praktičan alat su vizuelne check-liste i poster i sa jasnim, korak-po-korak uputstvima, postavljeni iza šanka ili u kuhinji. Umesto da prelistavaju debele priručnike, zaposleni odmah dobijaju brze i vizuelne podsetnike koji olakšavaju svakodnevni rad. Umesto da kritički posmatramo mlade koje smo zaposlili, mnogo je vrednije da kao lideri radimo na sopstvenom razvoju – jer samo onaj ko razume sebe, može iskreno da razume i druge.

Često nas kod novih generacija najviše iritira upravo ono što ni sami sebi ne dopuštamo ili nemamo hrabrosti da uradimo. Na mladima svet zaista ostaje, a svaka generacija pored slabosti, donosi i nove snage koje prethodne nisu imale. Uloga pravih lidera je da prepoznaju te snage i usmere ih ka unapređenju kvaliteta rada i izgradnji zdravih odnosa.



Restoran Tomasi je mjesto gdje se hrana voli i slavi, svaki zalogaj ima svoju priču

Naš tim želi da svaki gost osjeti toplinu, pažnju i posvećenost u svakom detalju od odabira namirnica, preko kreacije jela, do atmosfere u restoranu. Vjerujemo da će Tomasi postati mjesto susreta i stvaranja posebnih uspomena.

Intervju: Elva Halilović

U Sarajevu je otvoren restoran **Tomasi**, novo mjesto koje spaja sofisticiranu gastronomiju i toplinu domaće kuhinje. Smješten u modernom prostoru u naselju Stup, Tomasi od prvog dana privlači pažnju svojom filozofijom – hrana nije samo obrok, već iskustvo koje budi emocije i stvara uspomene.

Iza ovog projekta stoje iskusni i prepoznatljivi chefovi – Gianluca Tomasi, čije je ime sinonim za italijansku kulinarsku tradiciju i međunarodna iskustva, te **Nihad Mameledžija**, jedan od pionira

moderne bh. gastronomije. Njihov zajednički rad pretočen je u meni koji ujedinjuje autentične domaće namirnice s tehnikama i elegancijom italijanske kuhinje. Tim je dodatno osnažen energijom **Elve Halilović**, mlade kuharke poznate iz MasterChefa Hrvatska, koja svojom kreativnošću i strašću daje poseban pečat desertima i cjelokupnom identitetu restorana.

Već na svečanom otvaranju, kroz posebno kreirani meni od pet slijedova, jasno je pokazano da Tomasi donosi novi standard na sarajevsku gastro scenu. Koncept se ne zaustavlja samo na pažljivo osmišljenim jelima – ideja je da svaki mjesec



“

Iza ovog projekta stoje iskusni i prepoznatljivi chefovi - **Gianluca Tomasi**, čije je ime sinonim za italijansku kulinarsku tradiciju i međunarodna iskustva, te **Nihad Mameledžija**, jedan od pionira moderne bh. gastronomije.



goste dočekaju tematske večere inspirisane sezonskim namirnicama, koje će uvijek ponuditi nešto drugačije i uzbudljivo.

Kulinarska filozofija: Italija susreće domaće namirnice

Filozofija kuhanja u Tomasi restoranu temelji se na spoju italijanske tradicije i bogatstva domaćih sastojaka. Svaki tanjir nosi autentičnost, ali i osjećaj pripadnosti. Od pažljivo pripremljenih **pasta s gljivama i tartufima**, preko toplih jela od bundeve, do deserata sa sezonskim voćem – svaki zalogaj priča svoju priču, upotpunjen selekcijom domaćih i internacionalnih vina, s posebnom pažnjom na hercegovačke proizvođače.

Jesen na tanjiru

Jesen u Tomasi restoranu inspiracija je za jelovnik. Tikve, kesteni, kruške, smokve i gljive nalaze svoje mjesto na tanjiru, a redovne tematske večere omogućuju gostima da otkrivaju nove kombinacije i uživaju u poznatim sezonskim okusima.

Gastro scena BiH kroz perspektivu Tomasi tima

Sarajevo i Bosna i Hercegovina polako podižu standard gastro scene. Tomasi želi biti primjer restorana koji spaja vrhunsku kvalitetu i pristupačnost kroz toplinu i gostoprimstvo. Gosti sve više pokazuju radoznalost za nove interpretacije tradicionalnih jela – ključ je u balansu, gdje poznato ostaje prepoznatljivo, ali kroz inovativnu prezentaciju postaje svježije i zanimljivo.

Vino kao neraskidivi dio iskustva

Vino je sastavni dio filozofije Tomasi tima. Vinska karta donosi selekciju domaćih i internacionalnih vina, a posebnu pažnju posvećuju hercegovačkim vinarijama. Saradnja s domaćim proizvođačima omogućava da svaka kombinacija vina i jela upotpuni sezonske specijalitete, posebno u jesenjem periodu.

Pogled u budućnost

Planovi restorana Tomasi vezani





su za konstantno unapređenje iskustva gostiju. Da li će Sarajevo kroz projekte poput ovog dobiti prvi restoran s Michelinovom zvjezdicom, pokazat će vrijeme, ali Tim Tomasi sigurno nastavlja pružati vrhunsku gastronomiju i nezaboravne trenutke.

Kako kažu iz tima: "Naš tim želi da svaki gost osjeti toplinu, pažnju i posvećenost u svakom

detalju – od odabira namirnica, preko kreacije jela, do atmosfere u restoranu. Vjerujemo da će Tomasi postati mjesto susreta i stvaranja posebnih uspomena." Tomasi je mjesto gdje se hrana voli i slavi – svaki zalogaj ima svoju priču.

Džemala Bijedića 279H, treći sprat
www.tomasi.ba



Vjernost koja vraća vrijednost

Admiral Loyalty diskretno nagrađuje odabir sigurnog i odgovornog uživanja: pažljivo dizajnirane pogodnosti koje oplemenjuju svaku posjetu našim klubovima. Admiral, brend prepoznat po društvenoj odgovornosti i sigurnoj igri, s ponosom predstavlja Loyalty program — diskretnu privilegiju namijenjenu gostima koji cijene nenametljivu pažnju i jasno definisane benefite.

Kao pioniri na tržištu, želimo da se vjernost osjeti od prvog trenutka: već pri registraciji dobijate bonus dobrodošlice u ukupnoj vrijednosti od 30,00 KM, namijenjen isključivo za igru. Bonus je elegantno raspoređen u tri jednaka iznosa po 10,00 KM pri prva tri dolaska s Vašom loyalty karticom; svaki dio preuzima se svaki drugi dan, a komplet treba iskoristiti u roku od šest dana od registracije — kako bi iskustvo ostalo svježije i inspirativno.

Kada rezultat nije u Vašu korist, Admiral Loyalty nudi suptilan poticaj za nastavak igre kroz povrat vrijednosti (cashback). Trenutni model predviđa do 3% povrata. Povrat je moguće preuzeti jednom

dnevno i ne kumulira se iznad dnevnog limita. Kao i svi naši bonusi, namijenjen je isključivo za igru i nije isplativ u gotovini — promišljen način da svaka posjeta zadrži dozu pozitivnog iščekivanja. Za dodatnu notu uzbuđenja, članovima je svakodnevno dostupna posebna pogodnost — Bonus Jackpot.

Nije povezan s redovnim isplatama na aparatima, već predstavlja ekskluzivnu priliku koja nagrađuje vjernost i učestalost posjeta. Sudjelovanje je jednostavno: dovoljan je minimalni ulog od 0,05 KM po okretaju, a vrijednost Bonusa može doseći do 100,00 KM — diskretan, ali ugodan akcent Vašeg iskustva u klubu.

Pridruživanje je brzo i jednostavno: registraciju obavljate u bilo kojem Admiral automat klubu, preuzimate svoju loyalty karticu i, u skladu s pravilima, koristite prvi dio bonusa. Sve pogodnosti iz programa predstavljaju bonuse namijenjene isključivo za igru i nisu isplative u gotovini.

Detaljna pravila i eventualne izmjene dostupni su u našim klubovima. Kao i uvijek, zagovaramo odgovorno uživanje; naše osoblje rado će Vam pružiti diskretnu i stručnu podršku.



ADMIRAL

LOJALNOST

nije samo riječ



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

Sezona, kreativnost i savršen balans: hotelska kuhinja kroz oči šefa

Kuhinja je srce hotela, a svaki gost putuje kroz okuse koje stvaramo s ljubavlju.

Intervju: Sedad Dželilović, šef kuhinje i F&B menadžer u Movenpick hotel Sarajevo

Kuharski zanat u hotelijerstvu nosi jednako odgovornost koliko i strast, a rijetki uspijevaju spojiti kreativnost, organizaciju i timski rad na visokom nivou. Sedad Dželilović, šef kuhinje i F&B menadžer u Movenpick hotelu Sarajevo, kroz svoju karijeru pokazuje kako se znanje, disciplina i predanost prenose u svaki tanjir i svaku svečanu priliku. Od svakodnevnog ugostiteljstva do pripreme gala menija za svadbene svečanosti, Sedad balansira između želja gostiju i visokih standarda kuhinje, uz poseban fokus na sezonske namirnice i detalje koji svaki obrok čine jedinstvenim doživljajem. U razgovoru za HUBiH otkriva kako razvija jesenske menije, koliko važnu ulogu ima mentorstvo mladih kuhara i koje tehnike i pristupi čine hotelsku kuhinju mjesto kreativnosti i izvrsnosti.

Kuharski zanat nosi veliku odgovornost, ali i strast. Kako je tekao Vaš profesionalni put do današnje pozicije, i šta Vas i dalje motiviše u kuhinji?

Moj profesionalni put započeo je iz strasti prema kuharstvu, a kroz iskustvo i rad u različitim kuhinjama od lokalnih restorana do franšiznih hotela naučio sam važnost discipline, timskog rada i posvećenosti. Danas me najviše motiviše stvaranje novih okusa i zadovoljstvo gostiju, jer upravo to daje smisao našem zanatu. Također, ne smijem zaboraviti lidere/mentore koji su uvijek oslonac i koji daju neprocjenjivu motivaciju za rad.

Radite u hotelu koji, pored svakodnevnog ugostiteljstva, ima i svadbeni salon. Koliko je drugačije kuhati za takve svečanosti i na šta posebno obraćate pažnju kada kreirate meni za svadbe?

Pripreme za svadbene svečanosti u Movenpicku znatno se razlikuje od svakodnevnog ugostiteljstva jer se radi o velikim grupama gostiju i o događajima koji imaju snažnu emotivnu vrijednost. Prije svega na prvim sastancima želimo stvoriti novo prijateljstvo sa mladencima kojima želimo olakšati maksimalno svaki korak pri organizaciji bitnog datuma. Posebnu pažnju posvećujem balansu između svečanog, kreativnog menija i praktične organizacije pripreme, kako bi svako jelo bilo jednako kvalitetno posluženo. Pri



kreiranju menija za svadbe uvijek nastojim spojiti klasične, provjerene okuse s modernim detaljima, a najvažnije mi je da meni prati želje mladenaca i da svaki gost doživi jedinstveno iskustvo.

Kako usklađujete želje klijenata sa standardima i kvalitetom kuhinje u okviru hotela? Ima li mjesta za kreativnost i potpis čefa i u svečanim menijima?

Uvijek polazimo od želja klijenata jer je njihovo zadovoljstvo na prvom mjestu, ali istovremeno vodimo računa da svaki meni ispunjava standarde kvaliteta i prepoznatljiv nivo usluge našeg hotela. Naš je zadatak pronaći balans, ponuditi rješenja koja su izvodljiva za veliki broj gostiju, a da pri



tome imamo najbolju prezentaciju. Naravno, u svemu tome postoji prostor i za kreativnost. Potpis chefa dolazi kroz detalje, način prezentacije i kombinaciju okusa, tako da gosti dobiju jedinstven doživljaj, a mladenci meni koji je poseban i personalizovan. Ono čime gosti najviše budu oduševljeni je predstavljanje menija gostima kada lično izadjem pred goste i objasnim do u detalj kretanje svadbe i svako jelo. Tu se odmah kamere pale i svi snimaju jer danas ćete teško pronaći osobe da se toliko posvete svakom gostu na svadbi bio to buffet ili tanjir servis.

Jesen donosi obilje sezonskih namirnica. Koji su Vam omiljeni jesenski sastojci s kojima volite raditi i zašto?

Jesen je posebno inspirativna jer donosi bogatstvo boja i okusa. Za mene najljepše godišnje doba definitivno. Najviše volim raditi s bundevom, gljivama i kestenom, jer nude dubinu u jelima. Također, jabuke i kruške često koristim u desertima jer daju prirodnu slatkoću i svježinu. Upravo ta sezonska namirnica daje posebnu notu jelima i podsjeća goste na bogatstvo jeseni

Možete li s nama podijeliti jedan prijedlog jesenjeg menija predjelo, glavno jelo i desert, koji biste rado servirali gostima u svadbenom salonu hotela u ovom periodu godine?

Predjelo: Potaž od bundeve s aromom muškarnog

oraščića, poslužena s hrskavim čipsom od parmezana i nekoliko kapi bundevinog ulja. Glavno jelo: File telećeg medaljona u sosu od šumskih gljiva, uz gratinirani krompir i povrtni ragu od karfiola, brokolija i mrkve.

Desert: Pita od jabuka s karamel sosom i sladoledom od vanilije, dekorisana prženim bademima i svježim bobičastim voćem.

Sve namirnice koje sadrže ovaj meni plod zrije baš u jesen, tako da je to idealna kombinacija.

Da li biste mogli podijeliti i jedan jesenji recept, možda neko glavno jelo ili desert koji može poslužiti kao inspiracija i za profesionalce i za zaljubljenike u kuhanje?

Teleći medaljon s kremastim sosom od gljiva i pečenim bundevama

Sastojci za 4 osobe:

- 4 teleća medaljona (oko 180 g svaki)
- 400 g miks šumskih gljiva (vrganji, lisičarke, šampinjoni)
- 300 g bundeve (hokkaido ili butternut)
- 1 crveni luk
- 2 čehna bijelog luka
- 200 ml vrhnje za kuhanje
- Maslinovo ulje
- Svježi timijan i ruzmarin
- So i svježe mljeveni biber
- Malo putera



Priprema:

- **Bundeva:** Narežite bundevu na kocke, začinite maslinovim uljem, soli, biberom i grančicom ruzmarina. Pecite u rerni na 190 °C oko 25 minuta, dok ne postane mekana i karamelizovana. Sos: Na malo putera i maslinovog ulja prodinstajte sitno sjeckani crveni luk i bijeli luk. Dodajte gljive i pržite dok ne puste sok, a zatim dodajte pavlaku. Kuhajte na laganoj vatri 10-ak minuta, začinite sa soli, biberom i svježim timijanom.

- **Meso:** Medaljone posolite i biberite, pa ih kratko zapecite na jakoj vatri sa svih strana da dobiju korlicu. Zatim ih stavite u rernu na 180 °C još 6–8 minuta (za medium). Nakon pečenja, ostavite meso da „odmori“ par minuta.

- **Serviranje:** Na tanjir stavite pečene kocke bundeve, preko njih medaljon, a sve prelijte kremastim umakom od gljiva. Dekorirajte svježim timijanom.

Kuhinja hotela je često srce kompletnog ugostiteljskog doživljaja. Kako uspijevate održati kvalitet u svakodnevnom servisu, a istovremeno pripremati specijalitete za svečane prilike poput svadbi?

Za nas je kuhinja zaista srce hotela i zato veliku pažnju posvećujemo organizaciji i timskom radu. Kvalitet u svakodnevnom servisu održavamo kroz jasne standarde i stalnu kontrolu svježine namirnica, hccp, dok za svečane prilike poput svadbi posebno planiramo procese i raspodjelu zadataka. Ključ je u dobroj pripremi i koordinaciji – svakodnevni meni mora teći nesmetano, dok se istovremeno tim posvećuje detaljima koji svadbeni meni čine posebnim.

Na taj način gosti u restoranu dobijaju jednako dobar doživljaj kao i oni na svečanoj proslavi. Naravno zaokružiti ću da bez dovoljnog broja osoblja u kuhinji, koji su stručni, ovo sve ne možete postići. Naš odjel F&B ima zaposleno preko 35 radnika, kuhara i konobara, a to nas čini jednim od najvećih timova u glavnom gradu BiH.

Koji su izazovi s kojima se danas suočavaju kuhari u hotelijerstvu u BiH, a šta biste izdvojili kao posebne prednosti rada u hotelskoj kuhinji?

Jedan od glavnih izazova u hotelijerstvu danas je nedostatak





kvalifikovanog kadra, ali i stalna potreba da se prate trendovi i zadovolje očekivanja sve zahtjevnijih gostiju. Hvala Bogu kod nas nije takav slučaj, trenutno nemamo takvih nedostataka. Također, dinamičan tempo rada i veliki obim servisa zahtijevaju visoku organizaciju i disciplinu. S druge strane, rad u hotelskoj kuhinji donosi i brojne prednosti kao što su raznovrsnost menija, priliku za kreativnost u različitim segmentima, od doručaka do gala večera, kao i rad u timovima gdje se uči i napreduje svakodnevno.

Uzimajući u obzir da u Sarajevu imamo samo nekoliko franšiznih hotela svjetskih brendova, prilika za rad u takvim hotelima je zaista neprocjenjiva. Trenutno u glavnom gradu BiH najveće standarde modernog hotelijerstva i ugostiteljstva drže hoteli Movenpick, Svissotel, Marriot, Ibbis i Mgallery u Hadžićima.

Na kraju, šta biste savjetovali mladim kuharima koji žele karijeru u hotelijerstvu kako pronaći svoj stil, a istovremeno ostati timski igrač u zahtjevnom okruženju?

Mladim kuharima bih savjetovao da prije svega budu strpljivi i posvećeni, jer se stil i prepoznatljivost ne grade preko noći. Važno je učiti od iskusnijih kolega/menadžera, usvajati tehnike i upijati znanje, ali istovremeno zadržati radoznalost i otvorenost prema novim idejama. Hotelska kuhinja traži timski rad i discipline, tek kada poštujete kolege i proces, dobijate priliku da izrazite vlastitu kreativnost.

Rad u hotelima poput našeg zahtijevaju visoku profesionalnost, preciznost i konstantnu spremnost na učenje. Prednost je što kuhari imaju

priliku raditi s vrhunskim namirnicama, modernim tehnikama. To iskustvo širi vidike i pomaže da razvijete vlastiti stil, ali i da razumijete koliko je važna disciplina i timska sinergija u radu na svjetskom nivou.





Caffè Vergnano Intenso 500 je savršena mješavina zrna arabike i robuste koja nudi intenzivan i bogat okus uz punu aromu. Tamnije prženje donosi izražene note kakaa i začina, stvarajući snažan karakter idealan za one koji preferiraju kafu s jačim i dugotrajnijim aftertaste-om. Ova mješavina donosi vrhunski doživljaj kafe, bilo da je pijete ujutro za energiju ili tokom dana za trenutak uživanja.

Caffè Vergnano Classico 600 je visokokvalitetna mješavina pažljivo odabranih zrna arabike i robuste, koja nudi savršen balans ukusa i arome. Srednje prženje donosi bogat, klasičan okus sa suptilnim notama čokolade i orašastih plodova, idealan za pripremu savršenog espresso. Ova kafa je savršen izbor za one koji cijene tradicionalni italijanski stil i uživaju u svježem, autentičnom iskustvu šoljice kafe. Pakovanje od 1 kg osigurava dugotrajnu svježinu i zadovoljstvo za sve ljubitelje vrhunskog espresso.



COMPLEX

🌐 shop.spazio.ba

☎ +387 33 273 800

✉ info@complex.ba

FRANKE



COMPLEX

Complex d.o.o. je **generalni uvoznik, distributer i ovlašteni serviser** Franke superautomatskih kafe aparata za Bosnu i Hercegovinu.

🌐 shop.spazio.ba

☎ +387 33 273 800

✉ info@complex.ba

Spazio Catering na Sarajevo Film Festivalu: Veče nezaboravnih okusa za 500 zvanica

Na jednom od najprestižnijih događaja Sarajevo Film Festivala, koji je UniCredit banka priredila za više od 500 zvanica, vrhunsko gastronomsko iskustvo kreirao je Spazio Catering.

Gosti su, u jedinstvenom ambijentu jednog od najznačajnijih kulturnih događaja u regiji – **Sarajevo Film Festivala**, imali priliku uživati u pažljivo kreiranoj ponudi koja je savršeno spajala italijansku tradiciju i savremeni festivalski duh. Kao dio ovog ekskluzivnog događaja, **Spazio Catering** je predstavio nekoliko posebno uređenih kutaka, od kojih je svaki donosio jedinstveno iskustvo za nepca.

U kutku **Spazio Caffè** služila se vrhunska **Manuel kafa**, prepoznatljivog mirisa i bogatog okusa koji je osvojio istinske ljubitelje espressa. **Spazio**

Gelato unio je osvježanje u ljetnu noć uz kremaste teksture ručno rađenog gelata, dok je **Spazio Vino e Formaggio** impresionirao ekskluzivnim vinima **Ottella** i pjenušavim **Prosecco De Giusti**, upotpunjenim velikom formom **Ghidetti Grana Padano** sira. – pravim vizuelnim i gastronomskim spektaklom večeri.

Poseban šarm događaju dali su i mirisi koji su dolazili sa **Spazio Pizza** kutka, gdje su se pripremale autentične italijanske pize.

Za potpuni festivalski ugođaj, večer je bila zaokružena elegantnim koktel barom, čiji su kreativni napici pratili ritam muzike i svjetla,



čineći da ovo okupljanje ostane upamćeno kao jedno od najatraktivnijih u okviru SFF-a.

Complex d.o.o. – sinonim za kvalitet i inovaciju

Iza uspješno organizovanog cateringa stoji kompanija **Complex d.o.o.**, generalni zastupnik renomiranih italijanskih brendova espresso kafe u Bosni i Hercegovini, među kojima se posebno izdvaja **Manuel Caffè** – sinonim za vrhunsku espresso kulturu.

Pored distribucije, Complex je ostvario uspjeh i kroz franšizne ugostiteljske objekte **Spazio Gourmet, Spazio Caffè i Spazio Boutique**. Ovi prostori postali su prepoznatljiva mjesta gdje ljubitelji kafe mogu uživati u autentičnom italijanskom espresso, upotpunjenom pažljivo odabranim delicijama.

Vrijednosti koje čine razliku

Kompanija Complex d.o.o. svoj uspjeh temelji na tri ključne vrijednosti – iskustvu i znanju, vrhunskom kvalitetu usluge i pouzdanom servisu. Sa više od **750 zadovoljnih partnera u 32 grada širom BiH**, Complex je pouzdan partner ugostiteljima, hotelijerima i svim ljubiteljima kvaliteta.

Uspjeh kompanije ne bi bio moguć bez posvećenog tima stručnjaka čije znanje i lojalnost čine okosnicu poslovanja. Upravo zahvaljujući timskom radu i zajedništvu, Complex d.o.o. svakodnevno raste i unapređuje svoje usluge, podižući standarde ugostiteljstva u Bosni i Hercegovini.

Za više informacija o ponudi ili saradnji, posjetite **Complex d.o.o.** na adresi **Krivoglavci 1 bb, Sarajevo**, kontaktirajte putem e-maila info@complex.ba ili na broj telefona **+387 33 273 800**.

Complex tim će se rado odazvati svakom pozivu i prilici da zajedno unaprijedite ponudu i obogatite gastronomsko iskustvo svojih gostiju.



Adnan Bahor: Kulinarstvo je nepresusan izvor, gdje svakog dana imaš šta da naučiš

Pravila nisu bitna, nego trenutak inspiracije koji kreira finalni okus, balans i izgled jela

Intervju: Adnan Bahor, chef

A

Adnan Bahor je ime koje se na domaćoj gastro sceni već dugo vezuje uz posvećenost, znanje i ljubav prema kulinarstvu. Od prvih koraka u kuhinji, kada sa 17 godina nije mogao ni naslutiti da će mu ovo postati životni poziv, pa sve do današnje pozicije šefa kuhinje u hotelu Monti na Igmanu, njegov profesionalni put obilježili su brojni izazovi, usponi i padovi, ali i stalna težnja ka usavršavanju. Njegova filozofija kuhanja počiva na inspiraciji i kreativnosti, a tradicionalnu bosansku kuhinju često spaja s modernim tehnikama, nastojeći stvoriti doživljaj koji će gostima ostati u sjećanju. U razgovoru za HUBIH govori o značaju mentorstva, izazovima s kojima se susreću kuhari u BiH, važnosti timskog rada, ali i o ambicijama koje ga vode ka tome da kulinarska ponuda hotela Monti postane prepoznatljivo mjesto zbog kojeg će gosti namjenski dolaziti na Igman.

Gospodine Bahor, iza Vas je dugogodišnja karijera u BiH i međunarodnim okruženjima. Kako biste opisali svoj profesionalni put do danas?

Kao i u svakoj branši, potrebno je puno strpljenja, uloženog truda, mnogo padova i uspona. Na samom početku nismo ni svjesni težine i ozbiljnosti posla, jer sam ušao u kuhinju sa 17 godina i mnogo toga nisam shvaćao ozbiljno, niti znao u kom će to pravcu ići i da li ću se nastaviti baviti ovim poslom. Međutim, smatram da je sve to Božija volja.

Svakako je trebalo vremena da čovjek sazrije u ovom poslu mentalno i da pomjeri svoja razmišljanja o kuharstvu i da ulaže u sebe, da napreduje i logično da onaj ko želi, može biti sve bolji i bolji, tako da nisam ni ja bio na ovom nivou znanja prije, recimo 7 godina, kao što sam sada, kulinarstvo je nepresušan izvor, gdje svakog dana imaš šta da naučiš.

Kada sam počinjao, nažalost, sarajevska gastro scena nije bila na nivou kao što je sada i bilo je veoma teško napredovati, jer su svi radili klasiku koja nakon nekoliko godina jednostavno dosadi. Moj savjet da je da svaki kuhar kada se zasiti neke kuhinje pronade novi izvor znanja i energije, srećom, danas to možemo naci i u našem gradu, a i državi.



Vaša filozofija kuhanja je da recepti nisu pravila, nego trenutak inspiracije. Možete li objasniti kako se taj pristup ogleda u Vašem radu u restoranu?

Kad sam rekao da nisu pravila, nego trenutak inspiracije, više se to odnosilo na samo kreiranje jelovnika i tad ako kuhar ne posjeduje i ne poznaje okuse, uzalud su sve tehnike servisa i kroz nekoliko pokušaja, dođete do finalnog okusa, balansa i izgleda i u tom procesu, pravila nisu bitna, nego prethodno pomenuta inspiracija.

Koje biste tri vještine smatrali ključnim za uspjeh mladih kuhara koji tek ulaze u profesionalnu kuhinju?

To su definitivno lucidnost, poslušnost, posvećenost i ne mogu da ne spomenem dijagnozu, naravno (šala mala).

Možete li podijeliti jednu autorsku recepturu ili jelo koje trenutno pripremate, te objasniti šta ga čini posebnim?

Kao što ja to znam šesto reći, nisam toliko prepotentan da kažem da je nešto autorsko, jer u moru kuhara u svijetu, ne možemo garantovati da već neko nije došao na tu istu ideju.

Ali mogu favorizovati i reći na čemu radim ovih dana, to su lazanji sa confitiranim junećim repovima sa domaćom lazanjom i juneći obrazi u espanyol sosu.

A posebnim ih čini to što nisu svakidašnji na sarajevskoj trpezi, i što mnoge kolege bježe baš od tih zahtjevnih i dugih procesa pripreme.

U svom radu često spajate tradicionalnu bosansku kuhinju s modernim tehnikama. Koje su po Vama najvažnije tehnike koje svaki chef treba savladati danas?

Prvenstveno bih naglasio da trebamo da upoznamo našu tradicionalnu bosansku kuhinju i ovladamo njom, pa onda da se upoznamo sa internacionalnom kuhinjom, bar malim dijelom, da savladamo osnove, naravno okuse, izvornost, pa tek onda da kranemo da "se igramo" i kreiramo kombinacije bosanskih jela, al u nekom modernijem stihu. Mada, za mene lično nema ništa ljepše od našeg tradicionalnog jela serviranog u sahanu sa nekih par detalja da podignemo plejtig na malo viši nivo, jer stranci koji dodju kod nas su oduševljeni našim sahanima i tim načinom servisa.

Šta je, prema Vašem mišljenju, najveći izazov za kuhinje u BiH u smislu kadrova, resursa ili standarda?

Najveći izazov je apsolutno sve od pomenutog. Prvenstveno bih se dotakao samog školstva, jer mnogi mladi ljudi koji se trenutno školuju su uskraćeni u školskim kuhinjama za mnoge namirnice, s kojima će se sutra suočavati. Ono što je jeko bitno i što želim da navedem da mladi kuhari imaju jako malo strpljenja, žele sve i odmah, više su zainteresirani za platu i postavljanje svojih uslova u samom startu, a jako često ne znaju da prepoznaju osnovne podjele, npr. Mesa, soseva itd.





A što se tiče resursa, svjedoci smo da hoteli i restorani uvoze radnu snagu iz stranih zemalja, lični moj stav je da to nije dobar pravac, jer ti ljudi rade mehanički (tu su samo da zarade platu) i služe da tu popune određenu poziciju u kuhinji bez nekog velikog znanja i ljubavi.

Lično mislim da ne trebamo, što se, da se ne varamo dešava, da sve češće nakon završene škole, mladi ljudi, ne samo iz ove branše, nego općenito, odlaze u susjedne zemlje sa jako oskudnim praktičnim, a sa odličnim teoretskim znanjem, smatram da svaki kuhar mora proći takozvanu abecedu, tj. Stvaranje radne etike i kroz pranje sudova i sve one početke manje lijepe koje ga sljeduju kao pomoćnog kuhara, da ipak treba promijeniti bar malo navike i te mlade kolege s vremena na vrijeme približiti spaheru i pokazati im kako je to očistiti losos, biftek, tranzirati but i uvoditi ih u proces stvaranja jednog kvalitetnog kuhara, pod uslovom da isti, svoj ego svede na minimum i da isključi bahatost, da poštuje svoje starije kolege i ono što su do sada postigli, a to je prvi preduslov da u budućnosti bude nešto od njih.

Kako pristupate razvoju menija u restoranu, šta je prvo inspiracija ili prilagođavanje gostima i dostupnim sastojcima?

Prvenstveno moramo biti svjesni lokacije restorana, hotela...gdje se nalazi, dostupnost, kakvim sadržajem raspolaže. Za početak, tu je glavna inspiracija, a što se tiče prilagođavanja gostima, uvijek moramo imati na meniju nešto što je, hajmo reći komercijalno, tj. što većina gostiju voli i na to nasloniti nešto svoje, ne biti jednoličan, klasičan, isti kao drugi. Pokušat se s nekoliko jela izdvojiti iz mase.

Nažalost, što se tiče sastojaka, tu smo poprilično u deficitu, jer je do nekih namirnica u našoj državi jako teško doći ili nikako, kao primjer ću navesti hotel Monti, u kojem trenutno radim, bi trebao u svojoj ponudi da ima nešto i od divljaci, a do toga je gotovo nemoguće doći, a da ne navodim mnogo jednostavnije, kao što je, npr. patka, koja je mnoštvo godina zastupljena u francuskoj kuhinji.

Da se ne varamo, danas mnogi žele da u svojim hotelima imaju korporativne ručkove i Fine Dining, to je i moja želja, al to sve ovisi o lokaciji hotela. Naravno da će hoteli koji se nalaze u gradu, moći ostvariti i jedno i drugo pomenuto, a mi koji smo na planini, malo teže.

Koji trendovi u kuhinji Vas trenutno najviše inspirišu i kako ih prilagođavate lokalnim resursima?

Poprilično uživam u radu sa mesom, primjenjujem mnoge tehnike, npr. pomenuto confitiranje i sous vide tehnika, jer u našoj državi, sva mesa su u većoj mjeri iz uvoza, može se reći, neke treće klase, al mi se trudimo da meso nabavimo iz domaćeg uzgoja. Inspiraciju stičem u stalnom usavršavanju

i iz tog uvijek gledam da nađem neki svoj put, koji će biti ili je već prepoznatljiv. Da se ne varamo, vjerovatno i kolege, a i ja koristimo blagodati internet i pratimo šta rade, hajmo reci iskusniji kuhari, npr. sa Michelin zvjezdicom i to sve skupa pokušavamo prilagoditi našim lokalnim resursima, al moram dodati da je najučinkovitije barem jedanput godišnje otići na neku edukaciju izvan BiH i naučiti nešto dodatno.

Koliko je važno mentorstvo i prenošenje znanja u kuhinji i kakav je Vaš pristup radu s mladim kuharima?

Rekao bih da je prvu godinu mentorstvo neizbježno, iako nakon godinu dana, ne vidimo neki pomak kod mlade osobe, onda imamo problem, jer su oni naše potencijalne kolege, ljudi na kojima će ostati ugostiteljstvo, tu bih naveo da nikada neću biti škrt u prenošenju znanja i ako ta osoba zaista želi i ima volju, nakon eto tih godinu dana, mogu se vidjeti prvi pomaci.

Moj lični pristup s mladim kuharima je, prvenstveno strvanje radne etike koju smo već pominjali, a isto tako i volim da im omilim, a ne omrzem taj posao, ne volim ih gurati na samo pranje sudova, nego ih staviti uz sebe da prvo gledaju, a zatim i učestvuju u pripremi nekog jela i na takav način, gledam da ih privolim u ovaj zanat, jer mnogi se razočaraju, ne dobivaju priliku da učestvuju u spremanju bilo kakvog jela i onda

budemo osuđeni da uvozimo strane kuhare i kukamo kako nemamo našeg kadra. Smatram da ulaganje znanja u te mlade ljude je najbolja investicija i za nas i za ugostiteljske objekte i da na kraju balade ne odu vani i ono sto je moj savjet da nakon svake godine rada odlaze na takmičenja, odmjeravanju snage u kuhanju sa svojim vršnjacima, jer i tako će steći iskustvo i pokazati sebi dokle su u svom znanju stigli.

Možete li podijeliti neki praktičan savjet ili trik koji bi bio koristan svim kuharima u profesionalnoj praksi?

Svi mi kuhari smo prilično puni ega i smatram da je to prva stvar koju trebamo eliminisati, naravno, za to treba vrijeme. A sto se tiče trika- upornost, upornost, upornost, odricanje i ulaganje u znanje i bijeg od jednostavnosti i klasike.

Šta je, po Vašem iskustvu, ključ uspješne kuhinje u hotelima i restoranima u BiH tim, organizacija, kreativnost ili nešto drugo?

Prvenstveno bih naveo tim, jer pojedinac može biti samo pokretač, al da se ne lažemo, bez dobrog tima, nema uspjeha, niti pomaka.

Naravno za tako nešto je potrebna složnost, nadopunjavanje, jer upravo iz tog nadopunjavanja, tim postaje organizovan, kreativan i dobro uhodan. Za tako nešto je potrebno vrijeme, dobro postavljene pozicije da svaki član ekipe, koji radi na određenoj poziciji bude odgovoran prema svom dijelu posla, jer u protivnom, tim ne funkcioniše.

Uvijek je teret na šefu kuhinje, koji u današnje vrijeme i nije baš u prilici pronaći adekvatne ljude za određene pozicije u kuhinji i to je veći vid stresa, jer se onda nalaziš na udaru kritika, a to niko od nas ne želi, zar ne... Tako da kao ključ uspjeha smatram dobru organizaciju, dobro funkcionalan tim koji će stvarati umjetnost na tanjuru.

Koji su Vaši planovi i ambicije za naredni period nova jela, inovacije u kuhinji ili možda novi projekti?

I nakon godinu dana boravka u hotel Monti, obostrano smo odlučili nastaviti suradnju što me raduje, ali naravno što se tiče ambicija, čovjek bez ambicija u ovom poslu se ne treba ni baviti njim. Tako da će ambicije nakon pomenutih godinu dana, otići stepenicu više i kreirati neka nova jela, ostaviti ona koja su tražena, uobličiti njihov plejting.

Od nedavno smo doveli nekoliko novih kuhara, za koje smatram da su ambiciozni i da ću lakše pomjeriti granice koje sam zamislio, jer naravno, prirodno je da težimo ka boljem. Trenutno, ono što smatram jednom od većih ambicija je da nekolicina jela sa jelovnika se izdvoje i da postanemo mjesto zbog kojih će ljudi maksuz doći da probaju ta ista jela i uživaju u samom ambijentu hotela Monti na Igmanu, iskoriste blagodati planine Igman u svakom godišnjem dobu.





Digitalizacija **HACCP-a** koja štedi vrijeme i smanjuje rizik u ugostiteljstvu

U savremenom ugostiteljstvu pritisci su sve veći: gosti traže vrhunsku uslugu, inspekcije strogo kontroliraju usklađenost sa zakonima, a tržište se mijenja brže nego ikada. Uz sve to, sigurnost hrane ostaje temelj reputacije i uspjeha svakog restorana i hotela.

HACCP je zakonska i profesionalna obaveza, ali u svijesti većine ugostitelja taj pojam odmah priziva sliku brda papira i svakodnevne borbe s administracijom. Vlasnici i menadžeri suočavaju se s beskonačnim listovima, tabelama i regulatorima, dok dragocjeno vrijeme kuharima i menadžerima odlazi na popunjavanje obrazaca umjesto na goste i kvalitet hrane. A kada se pojavi inspekcija, uvijek se ponavlja ista dilema: jesu li svi papiri uredno popunjeni, jesu li obrasci na svom mjestu i hoće li se otkriti neka greška?

Odgovor na ta pitanja rijetko je potvrđan. Papirna administracija u praksi znači greške, gubitak vremena i stalnu nesigurnost. Tome dodatno doprinosi velika fluktuacija osoblja: novi radnici često nisu dovoljno obučeni u interne

HACCP procedure, pa rizik od propusta raste, a teret kontrole pada na menadžment. Umjesto da olakšava rad, papirni sistem ga usporava i poskupljuje.

Problem

Papirna dokumentacija u 21. stoljeću postaje luksuz koji ugostitelji ne mogu priuštiti. Razlozi su jasni:

Nepreglednost i nered – regulatori i fascikle se gomilaju, obrasci se gube, a pronalaženje jedne informacije može trajati satima.

Gubitak vremena – umjesto fokusa na gosta i kvalitet hrane, osoblje popunjava papire, često rutinski i bez stvarne kontrole.

Rizik od grešaka i kazni – papir ne upozorava na propuste. Ako zaposlenik zaboravi upisati temperaturu rashladnog uređaja ili pogrešno popuni obrazac, problem postaje vidljiv tek kada inspekcija zakuca na vrata.

Stres pri inspekcijama – iako kuhinja radi ispravno, nered u dokumentaciji može ostaviti

dojam da sigurnost hrane nije pod kontrolom, što vodi kaznama i narušava reputaciju.

Koliko vremena, novca i živaca vaša kuhinja gubi na papirologiju? I je li to zaista neophodno kada tehnologija nudi jednostavnija i sigurnija rješenja?

Rješenje

Odgovor na ove izazove donosi FASTi – digitalno rješenje za upravljanje HACCP sistemom, Razvijeno posebno za potrebe ugostitelja, FASTi eliminiše papir iz kuhinje i uvodi red, preglednost i sigurnost kroz digitalizaciju svih HACCP evidencija. Ključne funkcionalnosti:

Centralizacija evidencija u cloudu – svi podaci se pohranjuju digitalno, sigurno i dostupni su u realnom vremenu s bilo kojeg uređaja (mobilni telefon, laptop, tablet).

Jednostavna upotreba – aplikacija je dizajnirana za radnike različitog nivoa iskustva, uz minimalan broj klikova.

Pregledni zadaci po kategorijama – umjesto gomile papira, zadaci su jasno raspoređeni; osoblje ih pronalazi za nekoliko sekundi, a svako uputstvo je precizno i razumljivo.

Automatizacija mjerenja temperatura – pametni termometri bilježe i nadziru temperature rashladnih uređaja; alarm se uključuje samo kada

zaista postoji kvar ili odstupanje koje može ugroziti hranu.

Sigurnosne dozvole i audit trag – svaki unos nosi “ko-je-šta-kada”, uz kontrolu pristupa ovlaštenim korisnicima.

FASTi nije samo digitalna zamjena za papir. To je inteligentni alat koji menadžerima daje kontrolu, a osoblju olakšava posao.

Kako to funkcionise u praksi

Zamislimo tipičan dan u hotelskoj kuhinji i uzmimo samo jednu kontrolnu tačku – hladnjake. Jutro počinje obavezom očitavanja temperatura. Kuhar na brzinu pogleda displej na hladnjaku, ponekad upiše podatak olovkom u evidencijsku listu, a nerijetko i zaboravi jer ga čekaju druge obaveze.

Dan odmiče, ritam je ubrzan, hladnjaci se stalno otvaraju, a neko u jednom trenutku primijeti da je temperatura porasla. Zaključak često bude: “zbog čestog otvaranja”. Ali niko zapravo ne zna kada je porast počeo. Možda je temperatura skočila tek nedavno, a možda je hrana cijelu noć provela van definisanih granica. Na papiru sve može izgledati uredno, ali u stvarnosti postoji ozbiljan rizik i, što je najopasnije, tog rizika često nismo ni svjesni.

Papir ne može poslati alarm, niti pokazati šta se dešavalo dok nikoga nije bilo u kuhinji. S FASTi-





jem scenario izgleda drugačije. Ako su instalirani pametni termometri, temperature rashladnih uređaja se automatski bilježe i čuvaju u cloudu; stanje se vidi u realnom vremenu, a u slučaju kvara menadžer odmah dobija obavijest na telefon. Nema prostora za grešku niti rizika da hrana satima stoji van dozvoljenih granica.

Ako se temperature mjere ručno, FASTi i dalje donosi kontrolu i sigurnost. Kada osoblje ujutro uđe u kuhinju, aplikacija pošalje podsjetnik za očitavanje. Ako unesena vrijednost odstupa od definisanih granica, FASTi automatski vodi kroz korektivne mjere. Rezultat: problem je pravovremeno prepoznat, procedura ispoštovana, a hrana sačuvana od kvarenja. Razlika između papira i FASTi-ja je razlika između haosa i reda, između nesigurnosti i potpune kontrole.

Prednosti za ugostitelje

Šta konkretno dobijate s FASTi-jem

Brza implementacija i potpuna preglednost sistema

Standardizovani HACCP obrasci i zadaci postavljaju se brzo i jasno. Sistem prilagođavamo vašem načinu rada; vaše je da ga pratite.

Kontrola cijelog procesa za 2 minute – s bilo kojeg uređaja

Jedan dashboard u realnom vremenu prikazuje stanje kuhinje (zadatke, kritične tačke, temperature). Gdje god da ste, u par klikova vidite je li sve u redu.

Osoblje dobija alat koji štedi vrijeme i vodi kroz obaveze

Dnevne liste i jasna uputstva rasterećuju tim rutine i papirologije: manje pitanja, manje propuštenih koraka, više fokusa na gosta i kvalitet.

Sva HACCP dokumentacija u cloudu – pronađite sve za par sekundi

Evidencije su digitalne, uređene i pretražive (po datumu, kontrolnoj tački, uređaju). Za inspekciju i audit izvučete što treba u trenu.

Automatizacija temperatura i pametni alarmi

Pametni termometri (kada ih koristite) bilježe sve automatski i šalju alarm samo kada postoji stvarni problem. Nema krivih upisa, "zaboravili smo očitati" ili oslanjanja na neispravne displeje.

Ručna mjerenja pod punom kontrolom (ako se ne koriste automatski termometri)

FASTi podsjeti osoblje na očitavanje i, ako je vrijednost van granica, automatski ih provede kroz korektivne mjere. Procedura je ispoštovana, hrana sačuvana.

Inspekcija bez stresa – jedan klik do traženih evidencija

Sve je uredno, vremenski obilježeno i lako dostupno. Umjesto nervoze i kopanja po registratorima, pokažete tačne podatke za minut. Po potrebi, evidencije se mogu odštampati.

Brže uvođenje novih radnika

Jasna, vođena uputstva skraćuju obuku i standardizuju rad. Fluktuacija osoblja manje utiče na sigurnost hrane i kvalitet usluge.

Višelokacijska kontrola i usporedba performansi

Za lance i grupacije: jedinstven prikaz više objekata, lako poređenje rezultata i nametanje standarda kroz cijelu mrežu.

Transparentnost i odgovornost tima

Svaki zapis ima “ko-je-šta-kada”, što gradi profesionalnu disciplinu i smanjuje rizik od “propusta negdje usput”.

Manji operativni troškovi

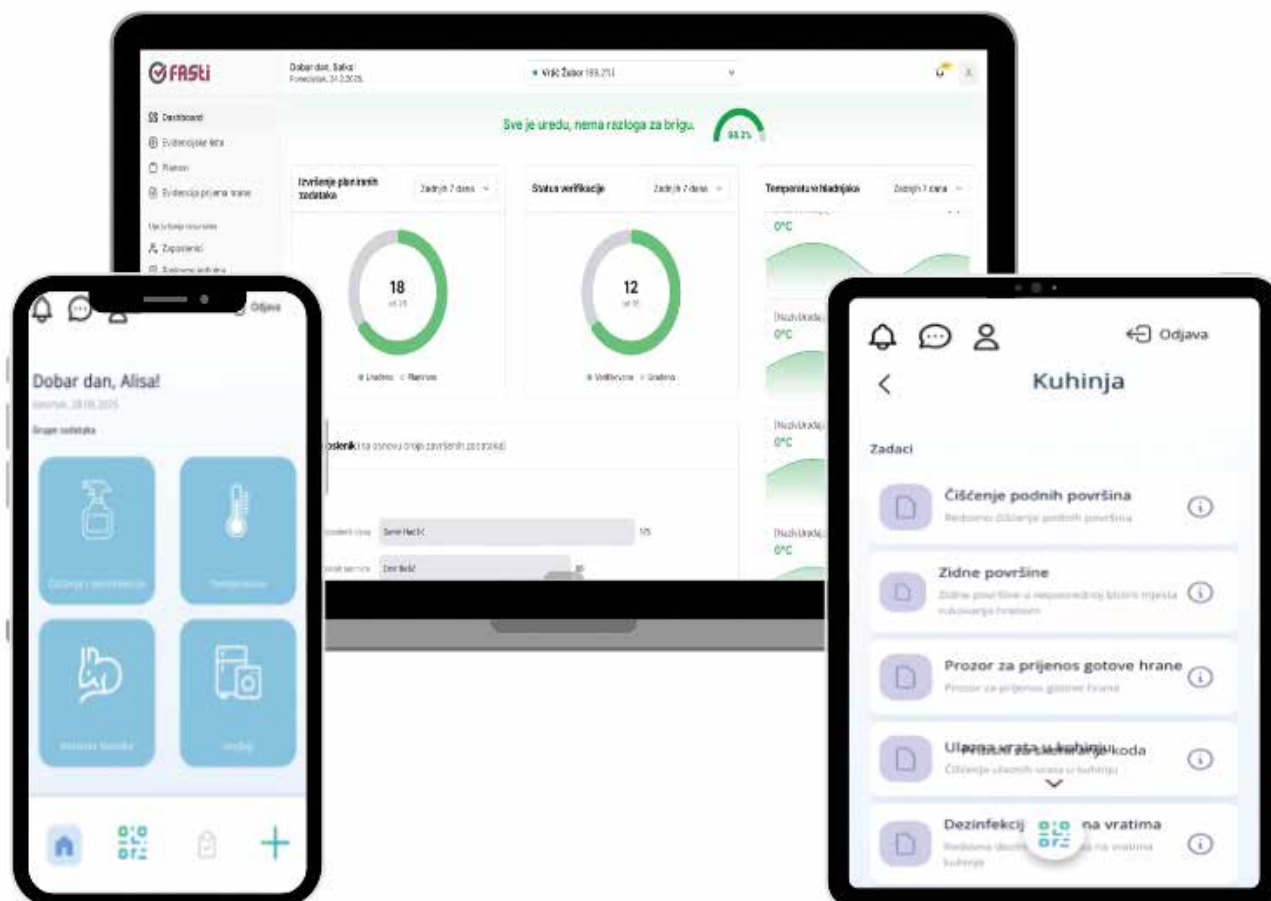
Manje sati na administraciji i manje otpada zbog temperatura direktno znači uštedu. Menadžment može kontrolisati više procesa bez dodatnog opterećenja.

Pitanje je jednostavno: možete li sebi priuštiti da nastavite raditi na zastarjeli način kada postoji rješenje koje donosi ovakav skok u kontroli i efikasnosti?

Digitalizacija sigurnosti hrane nije budućnost – ona je sadašnjost. Gosti očekuju standarde, inspekcije traže dokaze, a tržište ne prašta greške.

FASTi je odgovor na ove izazove: alat koji pojednostavljuje vođenje HACCP sistema, smanjuje troškove i podiže nivo sigurnosti hrane.

Za vlasnike restorana, hotele i F&B menadžere FASTi znači povratak fokusu na ono što je zaista važno: goste, kvalitet hrane i uspjeh poslovanja. **Koliko vaša kuhinja danas vremena gubi na papire?** I koliko bi efikasnija bila kada bi se to vrijeme uložilo u goste?





Intervju: Damir Tomljanović, chef

Od mentora do vlastitog kulinarskog carstva: Profesionalni put **Damira Tomljanovića**

Strast, disciplina i posvećenost stvaranju
jela i novih generacija kuhara

Svaki veliki chef ima priču o počecima – priču o strasti koja je oblikovala njegov profesionalni put. Za Damira Tomljanovića, sve je počelo u kuhinji njegove majke. "Moj profesionalni put uvelike je oblikovala majčina kuhinja, a prvi mentor, Kruno Car,

prepoznao je moju želju za rastom i omogućio mi da je ostvarim kroz konkretan rad," prisjeća se Tomljanović. Nakon iskustava u inozemstvu, gdje je naučio težinu discipline i preciznosti, povratkom u Hrvatsku otvara se novi svijet kreativne kuhinje zahvaljujući chefu Zdravku Tomšiću u restoranu Kukuriku na Fortici. Sljedeća velika prekretnica

zadovoljstvo nalazi u mentorstvu mladih kuhara:

“Najbolja motivacija je istina. Kad shvate da iza svakog uspješnog tanjura stoji rad, disciplina i strast, tada pronadu vlastiti put i želju da stvaraju,” ističe. Po njegovom iskustvu, najveće zamke za mlade kuhare su nestrpljivost i želja za brzim uspjehom.

“Bez teškog rada nema dugotrajnog uspjeha ni karijere. Naš posao je maraton, a ne sprint,” dodaje.

Fine dining scena u regiji, prema njegovim riječima, dosegla je svoj vrhunac, no budućnost donosi nove koncepte, luksuz u svakom segmentu i pažnju prema detalju koja se očekuje u svjetskim restoranima.

“Prezentacija je važna, ali okus uvijek ostaje ključ.

Ponekad gosta iznenadim tanjirom skromnog izgleda, ali vrhunskog okusa – reakcija na licu gosta je neprocjenjiva,”

bio je desetogodišnji angažman u restoranu Foša u Zadru, gdje Tomljanović postaje chef i gradi temelje za vlastite kulinarske projekte. Danas vodi tvrtku Kužinavanje d.o.o., kroz koju realizira širok spektar gastronomskih inicijativa.

Kulinarski stil Tomljanovića temelji se na jednostavnim tehnikama, duboko ukorijenjenim u tradiciji, ali prilagođenim modernim à la carte konceptima. Njegova omiljena reinterpretacija tradicionalnog jela je rižoto, jelo koje kroz jednostavnost i preciznost otkriva bogatstvo okusa. No najveće profesionalno





Prezentacija je važna, ali okus uvijek ostaje ključ. Ponekad gosta iznenadim tanjirom skromnog izgleda, ali vrhunskog okusa, reakcija na licu gosta je neprocjenjiva.

objašnjava. Sezonske i lokalne namirnice imaju posebno mjesto u njegovoj kuhinji, iako priznaje izazov održavanja lokalne opskrbe tijekom cijele godine.

Njegov savjet restoranima i hotelima u regiji je jasan: "Zapitajte se koji će vam klijenti dolaziti sljedeće godine, za pet godina, pa za deset!" Inspiraciju crpi od Hrvoja Zirojevića, koji mu je bio mentor i uzor: "On jednostavno živi kuhinju," kaže Tomljanović.

Budućnost vidi u nastavku rada s istim timom, strasti prema kuhanju i kontinuiranom stvaranju iskustava koja ostavljaju trag za goste, ali i za nove generacije kuhara. Damir Tomljanović pokazuje da kulinarstvo nije samo zanat, to je put discipline, strasti i stvaranja trenutaka koji ostaju u sjećanju. Njegova priča podsjeća da uspjeh u gastronomiji dolazi kroz rad, predanost i ljubav prema onome što stvarate.





Two Italian icons
standing together as
the fine dining waters



Kenan Hasković: Svaki detalj čini razliku između prosječnog i vrhunskog rezultata

Za mene kuhanje nije samo tehnički proces, već način da kroz preciznost, sklad i ukus pružim gostima iskustvo koje će pamtili

Intervju: Kenan Hasković, chef



Danas kao sushi master i šef kuhinje Arigato sushi bara, Kenan neprestano istražuje nove okuse, nadograđuje iskustvo svog tima i razvija fine dining koncepte, ostavljajući dubok trag u gastronomiji BiH. Ovaj intervju vodi nas kroz njegove početke, izazove, filozofiju kuhanja, ali i kroz inspiraciju koja ga pokreće da svakodnevno stvara nezaboravne gastronomske doživljaje.

Možete li nam ukratko predstaviti svoj profesionalni put i kako ste se odlučili specijalizirati za japansku kuhinju i sushi?

Moja ljubav prema kuhinji razvijala se postepeno, još od srednje ugostiteljske škole, gdje sam se prvo oprobao u slastičarstvu. Nakon nekoliko godina rada u toj oblasti, prešao sam u kuharstvo. U početku nisam imao velike ambicije jer sam radio u manjem objektu bez mogućnosti napredovanja. Prekretnica se dogodila kada sam dobio priliku da učim sushi i japansku kuhinju od kuroobi majstora iz Beograda.

To iskustvo me uvelo u potpuno novi svijet kuharstva. Pored toga, folklor kojim se bavim već 20 godina omogućio mi je da mnogo putujem, a na svakom putovanju sam isprobavao različite varijante sushija i ramen. Svako novo iskustvo je bilo prilika da nadogradim znanje i razvijem sopstveni stil. Već 12 godina radim kao sushi master, a imao sam sreću da učim i od majstora iz Švedske. Oni su mi prenijeli dragocjene savjete i naučili me kako da

Kenan Hasković ime je koje u bh. kulinarскоj sceni već duže vrijeme izaziva poštovanje i interesovanje. Od svojih prvih koraka u srednjoj ugostiteljskoj školi, preko iskustava u slastičarstvu, pa sve do specijalizacije za

japansku kuhinju i sushi, Kenan je svoju strast prema hrani pretvorio u umjetnost i profesiju. Njegov put nije bio linearan – kroz disciplinu, strpljenje i neprekidno usavršavanje, izgradio je svoj jedinstveni stil, spajajući preciznost japanske tradicije sa kreativnošću i lokalnim kulinarским utjecajima.



spajam azijske ukuse sa drugim kulinarским tradicijama, stvarajući fusion varijante sushija. Upravo ta mogućnost stalnog učenja, istraživanja i spajanja različitih kultura kroz hranu najviše me inspiriše i podstiče moju ljubav prema kuhinji.

Koji su bili najveći izazovi na početku karijere posebno pri radu u slastičarstvu i japanskoj kuhinji?

Početkom moje karijere susreo sam se sa brojnim izazovima, posebno u radu kao slastičar i kasnije u japanskoj kuhinji. U slastičarstvu je najveći izazov bila disciplina i preciznost – svaka mjera i svaki korak u pripremi morali su biti tačni, jer i najmanja greška može promijeniti konačan rezultat.

To mi je ujedno bila i prva lekcija o tome koliko detalji i strpljenje igraju ključnu ulogu u kulinarstvu. Kada sam počeo da se bavim sushijem i japanskom kuhinjom, izazovi su postali još zahtjevniji, ali i inspirativniji. Sushi traži izuzetnu tehničku preciznost i smirenu ruku. Veoma je važno pravilno odabrati rižu, obratiti pažnju na njenu vlažnost, dužinu kuhanja i balans između slatkog i kiselog u začinima. Svaka sitnica čini razliku između prosječnog i vrhunskog rezultata.

Trebalo je mnogo vremena da naučim kako srolati sushi da bude lijep, uredan i čvrst, kako ga pravilno izrezati da se ne raspadne, kao i kako da izbalansiram ukuse na tanjiru. Uz sve to, bilo je neophodno uvijek voditi računa o svježini namirnica, jer upravo ona daje osnovni kvalitet cijelom jelu.

Mogu reći da su najveći izazovi na početku bili tehničke prirode – razviti vještinu i sigurnost u ruci, savladati strpljenje i steći dovoljno iskustva da sve to postane prirodno. Danas na te početke gledam s osmijehom, jer upravo zahvaljujući tim izazovima sam naučio ono što me oblikovalo u majstora kakav sam danas.

Kako biste opisali svoj stil kuhanja i filozofiju koju primjenjujete u kuhinji?

Moj stil kuhanja najviše je oblikovan japanskom kuhinjom i preciznošću koju ona zahtijeva. Smatram da svaki element na tanjiru mora imati svoje mjesto, uredno i jednoliko složen, jer vjerujem da vizuelna harmonija prati i doživljaj ukusa. Više težim čistoj estetici nego takozvanom kreativnom „neredu“ na tanjiru – red, jasnoća i balans su mi uvijek važniji.

U svojoj filozofiji kuhanja polazim od toga da jelo prije svega mora biti ukusno. Posebnu pažnju posvećujem balansu ukusa – da nijedan sastojak ne dominira, već da se međusobno nadopunjuju. Trudim se da u svakom jelu postignem dovoljno umami ukusa, jer upravo on daje dubinu i zaokruženost cijelom doživljaju.



Za mene kuhanje nije samo tehnički proces, već način da kroz preciznost, sklad i ukus pružim gostima zadovoljstvo i iskustvo koje će pamtili.

Sushi je često povezan sa preciznošću i dugogodišnjim iskustvom. Koje vještine smatrate ključnim za uspjeh u ovom segmentu kulinarstva?

Sushi je zaista posebna oblast kulinarstva jer zahtijeva ne samo znanje i iskustvo, već i posebne vještine koje se razvijaju godinama. Smatram da su ključne tri stvari: preciznost, disciplina i osjećaj za detalje. Prije svega, potrebna je mirna i sigurna ruka, jer svaki pokret u pripremi sushija mora biti odmjeran i precizan.

Oštar nož i sposobnost da se njime rukuje na pravi način jednako su važni – elegantni i čisti rezovi ribe govore o majstoru jednako koliko i ukus. Uz to, „oštro oko“ u serviranju omogućava da svaki element na tanjiru bude postavljen skladno i estetski privlačno. Pored tehničkih vještina, jednako bitna je i koncentracija. Svaki detalj – od izbora i svježine namirnica, preko rezanja i oblikovanja, pa sve do serviranja – utiče na konačni rezultat. Sushi ne trpi brzinu i improvizaciju; on zahtijeva strpljenje, eleganciju pokreta i stalnu posvećenost balansu ukusa i vizuelnoj harmoniji. Ukratko, uspjeh u ovoj oblasti leži u kombinaciji tehničkog znanja i lične discipline, ali i u želji da svaki zalogaj bude jednako uredan, precizan i ukusan.

Šef ste kuhinje i partner u Arigato sushi baru. Kako organizirate tim i raspodjelu zadataka da bi sve funkcionisalo besprijekorno?

Kao head chef i suvlasnik restorana, vjerujem da uspješan tim počiva prije svega na međusobnom povjerenju i empatiji. Smatram da je važno znati ne samo poslovne izazove s kojima se kolege suočavaju, već i njihove lične potrebe, jer dijeljenje i radosti i teškoća stvara zajedništvo.

Uvijek stavljam ljude ispred samog posla – kada je tim zadovoljan i motivisan, i rezultati dolaze prirodno. Obaveze su kod nas jasno definisane i svaki član tima zna tačno koje zadatke ima i kako ih treba izvršavati. Moj zadatak, zajedno sa partnerom, jeste da obezbijedimo sve što im je potrebno za nesmetan rad i da budemo podrška u svakom trenutku. Mnogo vremena provodim u kuhinji sa ekipom i trudim se da kontrolišem svaki segment rada, ne da bih kritikovao, već da bih pomogao i vodio.

Kao najvažniji faktor smatram atmosferu u timu. Zadovoljstvo, energija i međusobna podrška su ključ uspjeha u ovom poslu. Naš posao je izuzetno zahtjevan, zato posebno pazim da tim ima dovoljno odmora i slobodnih dana, jer kada ljudi osjete da se njihovo zalaganje cijeni, oni to vraćaju kroz lojalnost, predanost i posvećenost poslu. Ukratko, moja filozofija vođenja kuhinje je jednostavna: prvo čovjek, pa onda posao – jer samo tako sve može besprijekorno funkcionisati.



Koja jela i tehnike iz japanske kuhinje posebno volite pripremati i zašto?

Najviše uživam u pripremi sushija u svim njegovim oblicima – od makija, temakija, sashimija, chirashija, onigirija pa do nigirija. Upravo u tim jelima dolazi do izražaja ono što najviše cijenim u japanskoj kuhinji – tehnika i preciznost.

Sushi zahtijeva potpuni fokus i disciplinu: od pravilne pripreme riže, preko obrade ribe, do finalnog oblikovanja i serviranja. Svaki detalj je bitan, a upravo ta potreba za savršenom izvedbom daje mi najveće zadovoljstvo. Volim osjećaj kada svaki zalogaj izgleda jednako uredno i skladno, jer to nije samo hrana – to je spoj umijeća, tradicije i estetike.

Mogu reći da me najviše inspiriše ta japanska filozofija preciznosti i poštovanja prema svakom sastojku, jer mi daje priliku da kroz tehniku pokažem i svoj lični stil.

Možete li podijeliti kako izgledaju vaši pripremni procesi prije sezone ili posebnih događaja u restoranu?

Na kraju svake sezone u našem restoranu prvo dajemo timu vrijeme za odmor, jer smatram da je to ključ da se održi dobra energija i motivacija. Nakon toga započinjemo proces pripreme za novu sezonu. U Arigato sushi baru ne mijenjamo kompletan meni, već nastojimo da postojeću ponudu obogatimo sa nekoliko novih ukusa i par potpuno novih jela. Na taj način zadržavamo prepoznatljiv identitet, ali istovremeno unosimo svježinu i novitete za naše goste.

Pored sezonskog menija, svaki mjesec organizujemo all you can eat događaje, gdje gosti imaju priliku da jedu sushi koliko žele po jedinstvenoj cijeni. To je koncept koji privlači veliki broj ljubitelja sushija i omogućava im da probaju različite varijante naših specijaliteta. Takođe, posebnu pažnju posvećujemo

ekskluzivnim eventima. Tu nastojimo da našim sushi kreacijama oplemenimo i uljepšamo posebne prilike, bilo da je riječ o privatnim proslavama ili većim događajima. Takvi trenuci traže dodatnu pažnju, kreativnost i vrhunsku prezentaciju, pa se trudimo da svaki detalj bude na najvišem nivou.

Na taj način kombinujemo stabilnost standardnog menija s dinamikom sezonskih noviteta i jedinstvenih događaja, što daje našoj kuhinji poseban ritam i stalno drži i tim i goste u iščekivanju nečeg novog.

Koja je Vaša omiljena kombinacija okusa ili jelo

koje smatrate da najbolje predstavlja vaš rad?

Najviše me prepoznaju po sushiju, jer sam upravo kroz njega izgradio svoj kulinarški stil i stekao iskustvo koje me oblikovalo kao šefa kuhinje. Sushi mi je posebno drag jer u njemu svaka sitnica – od izbora sastojaka, preko tehnike, do prezentacije – nosi veliku važnost.

Upravo ta preciznost i balans ukusa najbolje predstavljaju ono što želim postići u svom radu. Trenutno, međutim, sa svojim timom radim na razvoju fine dining koncepta u Sarajevu i sav fokus sam usmjerio na to. U tom kontekstu, moja omiljena „kombinacija“ zapravo





nije samo jedno jelo, već ideja kako da spojim japansku tehniku i filozofiju sa lokalnim i internacionalnim ukusima. To mi daje mogućnost da kreiram nešto novo, a opet prepoznatljivo – da ponudim gostima iskustvo koje je istovremeno sofisticirano i toplo, moderno i ukorijenjeno u tradiciju.

Mogu reći da me i dalje sushi najbolje opisuje, ali kroz fine dining koncept želim pokazati širi spektar svog rada i način na koji različite kuhinje mogu pronaći zajednički jezik na tanjiru.

Koje savjete biste dali mladim kuharima koji žele usavršiti svoje vještine i raditi u internacionalnim kuhinjama?

Prije svega, važno je da mladi kuhari budu svjesni da je ovo

vrlo zahtjevan posao. Kuhinja traži ogromnu posvećenost, disciplinu i odricanje. Ipak, uz puno ljubavi prema kuhanju, taj trud se uvijek vraća kroz osjećaj zadovoljstva i sreće koju ovaj posao donosi.

Danas je kuharstvo postalo moderno i privlačno zanimanje, ali ono što razlikuje one koji uspiju od onih koji odustanu jeste istrajnost. Savjetovao bih svakome ko želi da se bavi internacionalnim kuhinjama da bude spreman da uloži najmanje dvadesetak godina u stalno učenje, praksu i usavršavanje. Tek tada dolazi trenutak kada se znanje i iskustvo zaista pokažu i kada čovjek ubire plodove svog rada. Osim strpljenja, rekao bih da je ključ i stalna radoznalost – probajte nova jela, istražujte

različite kuhinje, budite otvoreni za savjete iskusnijih kolega. Nemojte bježati od grešaka, jer upravo iz njih dolazi najveće učenje. I na kraju, nikada ne zaboravite da ljubav prema hrani i ljudima treba biti na prvom mjestu. To je ono što čini razliku između nekoga ko „radi posao“ i nekoga ko stvara iskustvo i ostavlja trag.

Planirate li u budućnosti pokrenuti vlastiti kulinarski projekt ili restoran? Ako da, možete li nam otkriti nešto više o tom?

Već prije dvije godine, zajedno s kolegom Almirom, otvorio sam Arigato sushi bar. Kao dva kuhara, odlučili smo da se maksimalno posvetimo tom segmentu gastronomije i u potpunosti izgradimo koncept baziran na kvalitetu i autentičnosti. Od samog početka smo se usmjerili na razvoj franšiznog poslovanja, pa tako trenutno imamo jednu franšizu u Banjoj Luci, dok je u toku realizacija novog projekta u Zenici.

Pored toga, aktivno se bavim i konsultantskim poslovima, gdje poseban fokus stavljam na planiranje i razvoj menija. Trenutno radim na kreiranju menija u jednom fine dining restoranu, zajedno s ekipom kuhara, što mi pruža priliku da istražujem nove okuse i podižem standard gastronomije na još viši nivo. Za mene je svaki ovakav projekat prilika da spojim znanje, iskustvo i kreativnost, te da ponudim gostima nešto jedinstveno i drugačije.

Kako pratite trendove u gastronomiji i kako ih primjenjujete u svakodnevnom životu?

Veoma sam posvećen praćenju savremenih trendova u gastronomiji, jer smatram da je to ključni faktor za napredak i očuvanje kvaliteta u ovom poslu. Aktivno učestvujem na svim master classovima koje organizuje naša država, ali i oni u regiji, jer mi omogućavaju da direktno od vrhunskih

stručnjaka učim nove tehnike, pristupe i ideje. Pored toga, redovno posjećujem gastro sajmove, gdje imam priliku upoznati se s novim proizvodima, inovativnom opremom i svjetskim kulinarским pravcima. Takođe odlazim i na biznis sajmove, jer gastronomija nije samo kuhanje – ona podrazumijeva i dobru organizaciju, menadžment i razumijevanje tržišta.

Danas su dostupne i brojne kvalitetne međunarodne gastro aplikacije, na koje sam pretplaćen i koje pratim redovno. One mi pomažu da ostanem u toku sa svjetskim trendovima, receptima i načinima prezentacije hrane. Sve stečeno znanje i iskustvo nastojim da primijenim u svakodnevnom radu, bilo kroz modernizaciju jelovnika, unapređenje tehnika pripreme, ili kroz bolju organizaciju poslovanja. Na taj način uvijek



težim da spojim tradicionalno sa savremenim i ponudim gostima nešto posebno i aktuelno.

Vaš Arigato sushi bar već dvije godine uspješno posluje. Možete li nam otkriti kako ste razvijali koncept, planove za franšize i eventualne nove projekte u ovoj oblasti?

Najveća inspiracija za mene dolazi iz dobre radne atmosfere u kuhinji i međusobne razmjene ideja među kolegama. Kada vlada timski duh, kada se dijele iskustva i znanje, tada nastaju najbolja jela i najljepše kulinarne priče. Upravo ta energija i kreativna razmjena mi daju snagu da svakodnevno rastem i pomjeram vlastite granice. Moja poruka mladim kolegama jeste da budu uporni, radoznali i da nastoje steći što više znanja i iskustva kroz rad u restoranima i hotelima. Samo kroz praksu i predanost mogu postati sigurni u sebe i razviti svoj prepoznatljiv stil. Čitaocima koji nisu profesionalni kuhari želim poručiti da pronađu zadovoljstvo u kuhanju kod kuće. Priprema obroka za svoje najmilije nije samo svakodnevna obaveza – to je način da pokažemo ljubav, pažnju i da zajedničke trenutke učinimo posebnim. Na kraju, gastronomija je univerzalan jezik – spaja ljude, budi emocije i ostavlja nezaboravne uspomene.



Intervju sa Amirom Beširevićem: „Vino kao kultura življenja“

Amir Beširević: Vino nije samo piće – to je iskustvo, mala avantura u svakoj čaši

Vino treba piti s mjerom, ali uvijek s radošću – jer svaka čaša krije priču koju vrijedi otkriti.

U svijetu gdje vino nije samo piće već i kultura, priča o Fina Vina d.o.o. zauzima posebno mjesto. Ova kompanija, na čijem je čelu Amir Beširević, već godinama gradi prepoznatljiv brend na bosanskohercegovačkom tržištu. Od skromnih početaka i strasti prema vinima, Fina Vina d.o.o. je izrasla u sinonim za kvalitet, eleganciju i vinsku edukaciju. U njihovom portfoliju nalaze se pažljivo odabrana vrhunska vina regionalnih vinara, a kompanija je poznata i po organizaciji ekskluzivnih degustacija, vinskih cateringa, promocija, festivala i događaja koji povezuju ljubitelje vina i struku. Kruna njihovog rada svakako je festival Sarajevo Wine Weekend – jedinstveni događaj posvećen kulturi vina, koji se održava u najljepšem i najsimboličnijem prostoru Sarajeva, Vijećnici. Festival okuplja vinare iz Bosne i Hercegovine i regije, a posjetiocima pruža priliku da u ambijentu svjetskog ranga dožive vrhunska vina, razgovaraju s proizvođačima i zakorače u svijet hedonizma. Ovogodišnje izdanje zakazano je za 24. oktobar, od 16 do 22 sata, i već sada se s pravom smatra jednim od najiščekivanijih kulturno-gastronomskih događaja u zemlji.

Pitanje 1: Gospodine Bešireviću, možete li nam predstaviti firmu Fina Vina d.o.o.?

Odgovor: Fina Vina d.o.o. nije samo uvoznik i distributer vina – to je firma koja njeguje ideju da je svaka boca priča o terroiru, tradiciji i ljudima koji stoje iza nje. Kroz pažljivu selekciju, približili smo tržištu BiH vina vrhunske kvalitete i stvorili mrežu edukativnih sadržaja – od vinskih radionica i degustacija do tailor-made cateringa za poslovne i privatne događaje. Naša misija je da vinu damo dostojanstvo koje ono zaslužuje i da ga pozicioniramo kao kulturnu vrijednost. Pored našeg glavnog festivala, organizujemo i Portfolio Tasting „Fina Degustacija“, koji smo ove godine proširili na tri grada, Mostar, Sarajevo i Tuzlu, pružajući ljubiteljima vina priliku da otkriju vrhunske selekcije iz naše ponude.



Pitanje 2: Bosna i Hercegovina je zemlja sa snažnim kulturnim identitetom. Kako vino pronalazi svoje mjesto u toj priči?

Odgovor: BiH je područje koje spaja istok i zapad, mjesto različitih kultura i tradicija. Upravo u takvom okruženju vino ima posebnu ulogu – ono ne spaja samo ukuse, nego i ljude. Vinska kultura u zemlji dobija sve više prostora, a mi smo ponosni što tome doprinosimo kroz edukaciju, promociju, festivale i događaje koje organizujemo tokom godine.

Pitanje 3: Festival Sarajevo Wine Weekend doživljava se kao kruna vašeg poslovanja. Šta on predstavlja?

Odgovor: Sarajevo Wine Weekend je prirodan nastavak naše priče. Nastao je iz želje da vinsku kulturu predstavimo na najvišem nivou, a Sarajevo dobije festival koji spaja eleganciju, tradiciju i savremeni hedonizam. Svake godine na festivalu učestvuje veliki broj vinara iz BiH i regije, a događaj je otvoren za sve – od vinskih znalaca do onih koji tek ulaze u svijet vina. Sama činjenica da





se održava u Vijećnici, simbolu grada i kulturnom spomeniku svjetskog značaja, čini ga posebnim i prepoznatljivim.

Pitanje 4: Možete li otkriti kada i kako će se održati ovogodišnje izdanje?

Odgovor: Ovogodišnji Sarajevo Wine Weekend održaće se 24. oktobra u Vijećnici, u terminu od 16 do 22 sata. Posjetioci će imati priliku uživati u pažljivo odabranim vinima, razgovarati sa vinarima i otkriti nove ukuse. Pored vinskih iztлагаča, tu

će biti i neizbježni dio gastro delikcija naših sada već stalnih partnera. To je događaj na kojem se susreću strast, znanje i hedonizam – sve ono što vinska kultura zapravo jeste.

Pitanje 5: Šta je ono što ovaj festival izdvaja u odnosu na druge vinske događaje u regiji?

Odgovor: Osim same lokacije, koja je zaista jedinstvena, izdvajamo se i po konceptu. Naš cilj nije samo ponuditi vina na degustaciju, nego stvoriti ambijent u kojem vino postaje most





između ljudi, kultura i priča. Sarajevo kao domaćin daje posebnu notu – autentičnost i toplinu. To je ono što posjetioce ostavlja bez daha i uvijek ih vraća ponovo.

Pitanje 6: Kako vidite budućnost vinske kulture u BiH?

Odgovor: Vjerujem da je pred nama svijetla budućnost. Sve više ljudi prepoznaje vino ne samo kao piće, već kao stil života i kulturu. Naš zadatak je da to njegujemo, širimo znanje i povezujemo proizvođače, ugostitelje i potrošače. Ako nastavimo ovim putem, Bosna i Hercegovina će se sasvim sigurno pozicionirati na vinskoj mapi regije.

Završnica

Na kraju razgovora, Amir Beširević poručuje da vino treba piti s mjerom, ali uvijek s radošću – jer svaka čaša krije priču koju vrijedi otkriti. A ako se ta čaša podijeli s dragim ljudima, onda vino prestaje biti samo piće i postaje spona, uspomena i osmijeh.



Tarik Čengić je primjer kako strast prema kuhanju može potpuno promijeniti životni put. Iako je po struci fizioterapeut,

otkrio je da ga kreativnost u kuhinji ispunjava na način koji nijedna druga profesija nije mogla. Od prvih koraka kao hobista na privatnim događajima do kreiranja sofisticiranih cateringa i vođenja vlastitog prostora – Ranch Mošćanice – Tarik je dokaz da posvećenost, disciplina i ljubav prema hrani mogu stvoriti jedinstvenu gastronomsku priču. Kroz njegov rad hrana postaje više od obroka – postaje iskustvo, emocija i način povezivanja ljudi, a svaki detalj nosi njegov prepoznatljiv potpis.

Moj profesionalni put krenuo je iz potpuno druge oblasti – fizioterapije. To zanimanje mi je donijelo osjećaj discipline, rada s ljudima i razumijevanja ljudskog tijela, ali nikada nije moglo u potpunosti ispuniti moju unutrašnju potrebu za kreativnošću. Kuhanje je u početku bilo hobi, način da se opustim nakon posla, a zatim i nešto što je privlačilo pažnju mojih prijatelja i porodice. S vremenom sam počeo dobijati pozive da kuham na privatnim okupljanjima i manjim događajima, a reakcije ljudi – njihovo zadovoljstvo, osmijesi i povratne riječi bile su

Tarik Čengić:

Hrana nije samo posao, ona je emocija, način komunikacije i stvaranja uspomena

Balansiram između želja klijenata i vlastite kulinarske vizije kako bih svaki obrok učinio jedinstvenim iskustvom

Piše: Tarik Čengić, kuhar



jasan signal da imam talenat koji vrijedi razvijati. Presudni trenutak bio je onaj kada sam shvatio da bih se svakog dana rado bavio samo hranom, tada sam odlučio krenuti u potpuno novi profesionalni smjer. Kada se osvrnem na svoj dosadašnji rad, mogu reći da su najvažnije lekcije koje sam naučio u gastronomiji vezane za cijelo iskustvo koje pružate ljudima, a ne samo za jelo na tanjiru.

Naučio sam da detalj pravi razliku način serviranja, pažnja prema gostu, ambijent, pa čak i energija koju unosite u pripremu. Također, strpljenje je ključno: u kuhinji je mnogo pritiska, rokova i očekivanja, ali sve to treba pretvoriti u smiren i kontrolisan rad. Nijedan uspjeh nije individualan, iza svakog dobrog kuhanja stoji tim, saradnja i međusobno povjerenje. To su vrijednosti koje prenosim i van kuhinje.

Moj catering prepoznat je po kreativnim, ali i personaliziranim jelima. Svaki događaj tretiram kao priču za sebe i svaki klijent ima svoju viziju. Moj prvi korak je da saslušam klijenta šta žele, koji su im prioriteti, kakvu atmosferu žele da prenesu kroz hranu. Nakon toga, u igru ulazi moja kreativnost i iskustvo. Nekada su njihove ideje jednostavne, ali ja ih nadogradim detaljima koji će iznenaditi i goste i domaćine.

Ako žele tradicionalno jelo, trudim se da ga poslužim u modernoj formi, tako da zadrži duh, ali da izgleda i doživi se na nov način. Za mene je balans u tome da poštujem želje klijenta, ali i da ostavim svoj potpis kroz okus, prezentaciju i koncept. Lokalne i sezonske namirnice zauzimaju posebno mjesto u mom radu. Privatno i za svoju porodicu uvijek kupujem od lokalnih proizvođača i komšijskih platenika, to je navika i način da podržim ljude oko sebe, ali i da imam proizvode koji imaju autentičan ukus i priču. Kada je u pitanju biznis, stvari stoje drugačije. Restoran koji vodim i catering usluge zahtijevaju pouzdane i provjerene dobavljače koji osiguravaju kontinuitet, ujednačen kvalitet



i brzu isporuku, bez obzira na godišnje doba. Kroz godine sam izgradio mrežu partnera na koje se mogu osloniti. To je balans između lične filozofije i profesionalnih zahtjeva kod kuće njegujem lokalno i sezonsko, a u poslu se fokusiram na kvalitet, sistem i sigurnost nabavke.

Imali smo priliku kuhati za visoke zvaničnike i predsjednike, što zahtijeva mnogo više planiranja i pažnje na detalje. To nije samo pitanje hrane, nego i protokola, sigurnosti i ceremonije. Svaki detalj se unaprijed planira od sastojaka, preko serviranja, do posuđa i načina prezentacije. Za razliku od klasičnog cateringa, gdje imate nešto više slobode, ovdje je sve unaprijed definisano i mora se ispoštovati na najvišem nivou. Ipak, ono što je zajedničko svima je emocija koju želite prenijeti hranom.

Bez obzira kuhate li za predsjednika ili grupu prijatelja, cilj je isti – da ljudi uživaju i osjete iskrenu strast u svakom zalogaju. Harmonija između hrane i vina za mene je ključna. Jedno drugo mogu ili podići ili potpuno zasjeniti. Kada pronađete pravu kombinaciju, okus postaje zaokružen i kompletan. To je slično muzici – solo instrument može zvučati lijepo, ali kada se uklopi s orkestrom, dobijate nešto potpuno novo. Tako je i s hranom i vinom; kada pronađete pravi balans, doživljaj se podiže na viši nivo.

Vina biram kombinacijom vlastitog iskustva i savjeta enologa. Često se konsultujem s njima jer njihovo znanje i iskustvo su neprocjenjivi, posebno kada je riječ o vinima. S druge strane, volim i sam eksperimentisati, nekada neobične kombinacije daju najbolje rezultate.

Što se tiče Bosne i Hercegovine, mislim da još uvijek smo na početku razvijanja kulture sparivanja hrane i vina, ali vidim veliki napredak u posljednjih nekoliko godina. Sve više mladih





Ljudi interesuje se za vina, posjećuju festivale i pitaju za preporuke kada biraju jela. Hercegovački vinari ulažu u kvalitet i promociju, a restorani i hoteli sve više uvode vinske karte i paring menije. Pred nama je još dug put, ali potencijal je ogroman – imamo dobra vina i hranu koja je autentična i bogata okusima.

Kada je riječ o preporukama za sparivanje tradicionalnih jela i vina, teletina ispod sača odlično se slaže s hercegovačkom blatinom jer jelo traži vino koje može pratiti njegovu punoću i aromu. Žilavka je, pak, savršena uz svježu riječnu ribu ili jela s povrćem i maslinovim uljem – njena svježina i mineralnost naglašavaju te okuse. Uvijek vjerujem da su jela i vina iz istog kraja prirodno usklađena i da zajedno daju najautentičnije iskustvo.

Trendovi u gastronomiji i vinu koje smatram najzanimljivijim uključuju pojačano korištenje domaćih jela i autohtonih recepata, predstavljene na savremen i estetski način. U gastronomiji se osjeti potreba za jednostavnošću – čistim okusima i kvalitetnim namirnicama, bez pretjerane komplikacije. Takođe, raste interesovanje za fermentaciju, domaće sireve i zanatske proizvode.

Kada je vino u pitanju, najveći potencijal vidim u autohtonim sortama Balkana – blatina, žilavka, vranac, prokupac, graševina. To su vina koja nose naš identitet i mogu se pozicionirati i van regije. Organska proizvodnja i održivost dodatno

naglašavaju kvalitet i tradiciju. Ukratko, vjerujem da će budućnost balkanske gastronomije i vina biti u čuvanju onog što je naše, ali predstavljeno na način koji razumije i cijeni savremeni gost. Što se tiče planova za budućnost, vjerujem da kvalitet i dosljednost uvijek donose rezultate. Upravo zahvaljujući velikoj potražnji za mojim uslugama otvorio sam Ranch Mošćanica – prostor i restoran koji je mnogo više od klasičnog ugostiteljskog objekta.

Ranch je mjesto gdje se spajaju priroda, gastronomija i događaji, i gdje mogu isprobavati ideje koje idu korak dalje od samog posluživanja hrane. Catering ostaje temelj mog rada, ali Ranch mi omogućava dodatnu vrijednost – da gostima pružim iskustvo, a ne samo obrok. Nije cilj bio otvoriti još jedan restoran, već mjesto gdje se hrana doživljava kao priča – od prve namirnice do zadnjeg zalogaja. Sve to gradim zajedno sa svojom suprugom, koja mi je najveća podrška u ovom putovanju.

Za kraj, poruka mladim kuharima i onima koji tek ulaze u svijet ugostiteljstva je jasna: budite strpljivi i uporni. Catering i ugostiteljstvo su zahtjevne profesije koje traže mnogo odricanja, ali ako ih radite iz ljubavi, svaki trud se isplati. Učite od starijih, istražujte, probajte, putujte, otkrivajte nove ukuse i nikada ne gubite strast. Hrana nije samo posao, ona je emocija, način komunikacije i stvaranja uspomena. Ako je tako posmatrate, onda ste na pravom putu.

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

Damir Rožajac: Naši talenti ne smiju tražiti budućnost vani – možemo biti Evropa ovdje, u Bosni i Hercegovini

Razgovor sa jedinim licenciranim bh. sudijom u slastičarstvu o međunarodnim takmičenjima, šećernom Sebilju i budućnosti domaće scene.

Intervju: Damir Rožajac, Pastry & Cake Chef

Slastičarstvo je mnogo više od pripreme kolača i torti, to je umjetnost koja spaja preciznost, znanje i nepresušnu kreativnost. U Bosni i Hercegovini ova grana ugostiteljstva ima dugu tradiciju, ali i novu generaciju stručnjaka koji je predstavljaju na svjetskoj sceni. Među njima posebno se ističe Damir Rožajac, jedini licencirani sudija iz naše zemlje u oblasti slastičarstva, profesor praktične nastave i čovjek čije kreacije već godinama plijene pažnju na međunarodnim takmičenjima.

Njegov rad krasi brojne medalje, ali iza tih priznanja kriju se godine discipline, odricanja i ulaganja u vlastito znanje. Najpoznatiji je po eksponatima koji nisu samo tehnički savršeni, nego i snažno povezani s bosanskohercegovačkom tradicijom i kulturom. Šećerni Sebilj iz kojeg je tekla voda ili minuciozno izrađena Vijećnica od šećera samo su dva primjera njegovih projekata koji su izazvali divljenje svjetske publike. Takvi radovi ne predstavljaju samo slastičarsku vještinu, već i autentičnu priču o Bosni i Hercegovini – priču koja kroz umjetnički rad od šećera putuje širom svijeta.





No, Damir ne vidi slastičarstvo samo kroz lični uspjeh i medalje. Jednako važan dio njegovog rada posvećen je obrazovanju i motivaciji mladih. Kao profesor u ugostiteljskoj školi, svakodnevno nastoji prenijeti znanje, ali i probuditi ljubav prema zanatu kod novih generacija. U vremenu kada mnogi talentovani ljudi odlaze iz zemlje, on poručuje da je važno stvarati uslove da se uspjeh može graditi i ovdje, u Bosni i Hercegovini. U razgovoru za HUBiH govori o svom iskustvu sa nedavnog takmičenja u Rumuniji, izazovima sa kojima se suočavaju bh. slastičari, značaju međunarodnih priznanja, ali i o viziji budućnosti ovog zanata u našoj zemlji.

Upravo ste se vratili sa međunarodnog takmičenja u Rumuniji, gdje ste sudili slastičarima kao jedini licencirani sudija iz BiH. Kako biste opisali ovo iskustvo i šta ste primijetili u radu kolega iz drugih zemalja u poređenju sa bh. slastičarima?

Ovo je bilo XII međunarodno takmičenje kuhara i poslastičara u Rumuniji. Kao i svaki put ostanem fasciniran raznim umjetničkim djelima poslastičara pa tako i ovaj put su me iznenadile kolege iz Bjelorusije i Turske sa svojim čokoladnim eksponatima i ekspoatima od šećera.

Kako biste opisali trenutno stanje slastičarstva u Bosni i Hercegovini? Koje su glavne snage, a gdje vidite prostor za napredak?

Što se tiče slastičarstva u Bosni i Hercegovini mi ne kaskamo dosta od svijeta i od tehnologije po pitanju naše branše, ali mislim da bi više trebali porediti na kadru, na mladim ljudima da ovaj zanat zavole, da ih privučemo, stimuliramo i da ih ne predajem

Što se tiče slastičarstva u Bosni i Hercegovini mi ne kaskamo dosta od svijeta i od tehnologije po pitanju naše branše, ali mislim da bi više trebali porediti na kadru, na mladim ljudima da ovaj zanat zavole, da ih privučemo, stimuliramo i da ih ne predajem tek tako olako evropi i svijetu da naši talenti svoju budućnost traže van naših granica jer im ta ista evropa može biti i naša država uz malo truda i volje.



Koje vještine i znanja mladi slastičari u BiH najčešće zanemaruju, a koje su ključne za uspjeh na međunarodnoj sceni?

Upravo je to odgovor na pitanje br3. odricnje od nekih stvari je najveća motivacija za uspjeh i talenat, a sve ovo ostalo dode vremenom.

Vaš projekt šećerni Sebilj privukao je ogromnu pažnju i donio Vam međunarodna priznanja. Šta Vas je inspirisalo da kreirate takav rad i kako ga danas vidite u retrospektivi?

Da šećerni sebilj je bio jedan od mojih najdržih priznanja iako je bio odlikovan srebrenom medaljom na svijetskom takmičenju u Istanbulu, ali sam jako ponosan na njega što sam pokazao svijetu naš Sarajevski Sebilj i prikazao ga u najoriginalnijem izdanju od šećera iz koje je tekla čak i voda. Rad je rađen skoro tri mjeseca i nije jedini od radova na temu prikazivanja naše kulture i baštine. Među njima je i Sarajevska vijećnica koja je nagrđena sa Zlatnom medaljom. Morate biti svjesni da ulazite

tek tako olako evropi i svijetu da naši talenti svoju budućnost traže van naših granica jer im ta ista evropa može biti i naša država uz malo truda i volje.

Šta je, prema Vašem iskustvu, najvažnije za uspjeha u slastičarstvu – talenat, iskustvo, strast ili nešto treće?

Za svaki posao se moramo roditi za nešto isto tako i za slastičarstvo, a ljubav i strast dođu uz posao, al opet ima jedna vrlo važna karika ovoga posla da bi se duboko uveo u ovaj posao i zavolio isti mora se od dosta stvari odricati u životu da bi se trud, rad i talenat vidjeli.





Diplome i medalje su prolazne, a i nekim djelom znanje, ako mislite da budete zapaženi i primjećeni pored umjeća i koliko god znanja imali najbitnije jese da ste poštteni u okruženju u radu i među ljudima.

on za mene bio zlatan. zašto zlatan. Sam put do Istambula je trajao vječno. Nosite šebilj iz Bosne prema Hrvatskoj gdje me preuzimaju kolege iz Hrvatske u jedan mali kombi i tako putujemo preko Srbije, Bugarske i Turske preko nekih loših puteva u Bugarskoj nosim Sebilj od metar ipol u jednoj kutiji obloženoj sa spužvom i kartonom da ne pukne mislio sam u Istambul u hotelu kad ga otvorim da ću naći samo prah od njega i da će biti sa slomljem, ali hvala dragom Bogu došao je čitav i eto osvojio je svijet i svijetsku scenu u slastičarstvu.

Kakav savjet biste dali mladim talentima koji žele postati profesionalni slastičari u BiH, a sanjaju međunarodna priznanja?

Koliko god pratili svijet i svijetske trendove koji svakim danom nenormalno se šire i razvijaju ne smijemo zaboraviti na naše nacionalne i tradicionalne poslastiče, čak šta više one nam trebaju biti u fokusu prezentirajući našu kuhinju pa to može i biti u modernoj izvedbi.

onda u velike životne odluke u razna odricanja, ulaganje u biznis, opremu, kadar, znanja, inovacije, tehnologiju, kurseve, dodatna školovanja i što je najbitnije nadograđivati sebe svakim danom jer je ovo jako velika oblast za istraživanje i nadograđivanje samog sebe.

Koliko su važna međunarodna takmičenja za razvoj karijere jednog slastičara i kakvu vrijednost donose domaćoj sceni?

Diplome i medalje su prolazne, a i nekim djelom znanje, ako mislite da budete zapaženi i primjećeni pored umjeća i koliko god znanja imali najbitnije jese da ste poštteni u okruženju u radu i među ljudima.

Koji su najčešći izazovi s kojima se suočavaju slastičari u BiH kada pokušavaju razviti svoju karijeru ili otvoriti vlastiti biznis?

Dodijela medalje u Istambul kada sam čuo svoje ime u jednoj velikoj sali u kojoj je bilo skoro 5.000 takmičara, posjetilaca, prvo sam mislio da mi se učinilo da sanjam da sam čuo svoje ime na dodjelnom prozivanje, i kada je voditelj drugi put ponovio moje ime kolega iz Hrvatske asocijacije me je bukvalno odveo do bine jer sam bio toliko izgubljen i od sreće i adrenalina i neke energije da sam to upravo ja taj koji je fascinirao svijet svojim djelom koje se isplatio a ja kazem odgovorno da je

Možete li nam opisati jedan trenutak u svojoj karijeri koji Vam je posebno ostao u sjećanju i koji Vas je oblikovao kao stručnjaka?

Tokom svoje karijere morate sebe nadograđivati i svoje znanje dovoditi na jedan zavidan i veliki nivo, a to možete uraditi tako što morte ulagati u sebe u svoju karijeru, školovanjem, edukacijama raznim, master class, takmičenjima, treninge, akademije, posjeti sajмова npr najveći u evropi je Rimini "Sigep".

Koliko je inovacija i kreativnost važna u današnjem slastičarstvu, i kako održavate balans između tradicije i modernih trendova?

Tokom svoje karijere morate sebe nadograđivati i svoje znanje dovoditi na jedan zavidan i veliki nivo, a to možete uraditi tako što morte ulagati u sebe u svoju karijeru, školovanjem, edukacijama raznim, master class, takmičenjima, treninge, akademije, posjeti sajмова npr najveći u evropi je Rimini "Sigep".



Intervju: Eldar Karahmetović, chef

Eldar Karahmetović: Kuhanje je igra, istraživanje i izražavanje emocija

Za mene je Bosna i Hercegovina zlatni rudnik i veliko platno po kojem se tek treba crtati

Mladi bosanski chef Eldar Karahmetović otkriva kako je slučajan izbor srednje škole odredio njegov životni put. Ono što je počelo kao pomoć mami u kuhinji prerastalo je u strast i karijeru koja ga je odvela od lokalnih praksi do angažmana u Hrvatskoj i Rovinju. Kroz rad u prestižnim kuhinjama, stalno učenje i praksu, Eldar je razvio vlastitu filozofiju kuhanja – spoj tradicije i inovacije, kreativnosti i discipline. Danas svojom vizijom i energijom želi inspirisati mlade kuhare i doprinijeti razvoju gastronomije u Bosni i Hercegovini. „Kada sam bio mali, nikada nisam mogao ni zamisliti da ću postati kuhar. Na pitanje ‘Šta ćeš biti kad porasteš?’ odgovarao sam – veterinar ili

arheolog. Moji prvi dodiri s kuharstvom bili su tek dok sam pomagao mami oko ručka, a pravi početak priče dogodio se tek kada sam upisao srednju školu – slučajno, a kasnije i sudbonosno“, prisjeća se Eldar Karahmetović.

Od slučajnog izbora do ljubavi života

Prve prakse otvorile su mu oči i pokazale da kuhanje nije samo zanat, već i umjetnost kroz koju može izraziti emocije. „Tanjir podnosi sve boje i oblike. Svakim novim jelom osjećao sam se zadovoljniji sobom“, kaže on. Nakon završetka škole odlučio je da njegov posao ne bude samo izvor prihoda, već i nastavak obrazovanja. Zato odlazi u Hrvatsku, u Poreč, gdje je počeo raditi u hotelu Park (Plava laguna). „Dobro se sjećam tog prvog dana. Ušao sam u



kuhinju u kojoj je radilo 33 ljudi. Bio sam mali, izgubljen, ali očaran organizacijom i dinamikom. Te sezone prošao sam sve pozicije u kuhinji i tada sam shvatio – ovo je moj životni poziv.“

Učenje i majstori zanata

Godinu za godinom, iskustvo se gomilalo. Naučio je da u ovoj branši cijeli život ostaješ učenik. „Za mladog kuhara najvažnije je imati osobu koja želi podijeliti znanje. Imao sam sreću da kroz sve kuhinje nailazim na ljude koji su imali strpljenja i spremnost da mi pokažu.

Danas imam desetak rokovnika s receptima i trikovima koje sam bilježio. Ali u kuhinji se znanje često mora i 'ukrasti' – ponekad imaš samo jednu priliku da vidiš nešto i moraš to odmah savladati.“

Bosna i Hercegovina kao zlatni rudnik

Karahmetović vjeruje da mladi kuhari u BiH danas imaju povoljniji trenutak nego ikada. Ekspanzija restorana, spajanje tradicije i modernog, prisustvo gastronomije u medijima – sve to otvara vrata novim generacijama. „Za mene je Bosna i Hercegovina zlatni rudnik i veliko platno po kojem se tek treba crtati. Vidim ogroman potencijal da naša kuhinja dobije svjetsko priznanje.“

Ističe i važnost edukacije: „Turističke škole još rade po zastarjelim programima i knjigama iz vremena Jugoslavije. Potrebna je modernizacija, više prakse i jedno veliko izdanje – enciklopedija bosanske kuhinje kojom ćemo se moći predstaviti svijetu.“



Filozofija kuhanja

Inspiraciju nalazi kroz rad i stalna pitanja: zašto i kako. „Zašto nešto radimo na određeni način? Kako možemo poboljšati? Ponekad legnem, pa mi usred noći padne ideja za novo jelo i odmah ustajem da je zapišem. To je proces stalne igre i stvaranja.“

Njegov prvi veliki autorski projekt je knjiga „Filozofija u kuhinji“, a među iskustvima na koja je posebno ponosan izdvaja otvaranje hotela u Hrvatskoj, gdje je bio zadužen za pokretanje i vođenje kuhinje, te angažman u F&B sektoru kampa Amarin u Rovinju.

Pogled u budućnost

Sebe za deset godina vidi u Bosni i Hercegovini – u vlastitom restoranu. „Naše tržište ima kvalitetne kadrove i klijente. Želim ponuditi nešto novo, zanimljivo i apstraktno za nepca.“ Mladim kuharima poručuje: „Ne ograničavajte se novcem i vremenom dok skupljate znanje. Pišite sve, učite od kolega, ponavljajte i griješite jer tako se najbolje uči. Nikada nemojte zaboraviti da kanta trpi sve, a vi trebate samo uporno raditi.“

Snaga motivacije

Njegova najveća motivacija su gosti. „Prazan tanjir i osmijeh na licu gostiju daju mi snagu da svaki novi tanjir ima istu dozu ljubavi i energije. Motiviraju me i starije kolege, jer u meni bude inat da ih jednog dana nadmašim.“ Za kraj, Eldar sažima ono što za njega kuhinja znači: „Kuhinja je sabirni centar ljudi s istom dijagnozom – da svojim kreacijama usreće gosta, nahrane ga i uvijekveće trenutak.“





compimento.

kultura stola

Alipašina 51, Sarajevo

info@compimento.ba

+387 33 837 428



compimento.ba



Vanja Puškar:

Restorani su danas jednako važni kao muzeji ili znamenitosti

Suština našeg rada jeste da kroz modernu interpretaciju sačuvamo i predstavimo bogatstvo balkanskih namirnica i ukusa

Intervju: Vanja Puškar, chef



Vanja Puškar je ime koje se danas s pravom veže za novu sliku balkanske gastronomije. Kao jedan od najprepoznatljivijih mladih kuhara u regiji, autor je koncepta New Balkan Cuisine – pristupa koji na jedinstven način spaja autentične lokalne namirnice i tradicionalne recepte sa savremenim tehnikama i globalnim trendovima. Kroz restorane Iris, Iva, Dragoljub, kao i sezonske projekte u Srbiji i Crnoj Gori, Puškar je pokazao da se balkanska kuhinja može reinterpretirati i ponuditi u formi koja je istovremeno moderna i duboko ukorijenjena u naslijeđu. Njegova filozofija je jasna: hrana mora biti iskustvo, a svaki obrok priča koja ostavlja trag.

Za HUBIH govori o tome kako je nastala ideja New Balkan Cuisine, zašto su mali lokalni proizvođači stub njegovog rada, kakvu ulogu u njegovom konceptu ima vino, te koliko restorani danas oblikuju identitet destinacije jednako kao muzeji i znamenitosti. Puškar otkriva i kako vidi budućnost gastronomije i turizma na Balkanu, te šta je, po njegovom mišljenju, ključno za stvaranje prepoznatljivog imidža Bosne i Hercegovine i cijele regije.



Gdine. Vanja, Vi ste jedan od najprepoznatljivijih mladih kuhara s Balkana i autor koncepta New Balkan Cuisine. Za naše čitatelje, možete li ukratko predstaviti svoj profesionalni put i ideju koja stoji iza Vašeg rada?

Veoma rano sam se zainteresovao za gastronomiju, još u osnovnoj školi. Školovao sam se u Prijedoru i Beogradu, a iskustvo sticao u hotelima Hyatt, Radisson Blu i brojnim restoranima u regionu. Godine 2016. pokrenuo sam koncept New Balkan Cuisine – kulinarski pristup koji kombinuje lokalne namirnice sa savremenim tehnikama. Prvi restoran bio je Iris, zamišljen kao kreativni atelje, zatim je otvoren Iva, a uskoro i Tisa koja je vremenom postala Dragoljub, svojevrsni omaž kafane.

Uz restorane tu su i naši sezonski projekti Lipa Street Food kod beogradskih Silosa i Mirta snack i koktel bar u Crnoj Gori. Uskoro se otvara i naš restoran Vid u Beogradu čija će ponuda biti osmišljena kroz set menije. Suština našeg rada jeste da kroz modernu interpretaciju sačuvamo i predstavimo bogatstvo balkanskih namirnica i ukusa.





Kako je nastala ideja da se tradicionalna balkanska kuhinja reinterpretira na moderan način kroz koncept New Balkan Cuisine?

Ideja je proizašla iz lične želje da se domaće namirnice i tradicionalni recepti predstave na nov, globalno konkurentan način. Balkanska kuhinja je izuzetno bogata, ali je često ostajala u senci velikih svetskih gastronomskih tradicija. New Balkan Cuisine je kreativno-istraživački projekat koji spaja tradiciju i savremene tehnike, pretvarajući poznate ukuse u nova iskustva i dajući lokalnim proizvodima nove forme i snagu.

Na koji način birate namirnice i saradnike, posebno male lokalne proizvođače, i koliko je to važno za kvalitet i identitet kuhinje?

Lokalni proizvođači su za nas produženi deo tima. Naša je ambicija da sa njima gradimo održiv model saradnje, jer bez njih ne bi postojao identitet New Balkan Cuisine. Njihovi proizvodi daju iskonsku vrednost našoj kuhinji. U tom procesu svaka osoba u timu je važna – od kuvara do proizvođača – jer upravo ta zajednička energija stvara snagu koncepta.

Restorani koje vodite poznati su po stvaranju posebnog doživljaja. Šta je, po Vašem mišljenju, ključno da bi gost poželio da se vrati?

Za mene obrok nije samo ukusno jelo – on mora da ima poruku, stil, početak i kraj. Gost treba da oseti emociju, da prepozna ideju iza svakog tanjira.

Kada obrok postane iskustvo za pamćenje, tada se stvara želja da se gost vrati.

U kojoj mjeri pratite globalne trendove u gastronomiji, a koliko se trudite da ostanete vjerni lokalnom identitetu?

Pratimo globalne tehnike i metode jer one pripadaju svima nama, ali ih primenjujem na lokalne proizvode. Upravo tu nastaje spoj tradicije i savremenog. Moje ambicije su da na tanjiru predstavimo proizvod koji je globalno konkurentan, ali ukorenjen u našem podneblju. Otvoreni prema svetu, a verni Balkanu.

Vino i vinski turizam

Koliko je vino zastupljeno u Vašem kulinarskom konceptu i kako ga uparujete s jelima balkanske kuhinje?

Vino je sastavni deo naše filozofije. Vino upotpunjuje doživljaj, nijansira i nosi na viši nivo. Uparivanje vina sa balkanskom kuhinjom daje dodatnu dimenziju. Autohtone sorte kao i teroar naglašavaju lokalni karakter, dok sam stil koji vinar donosi daje tu individualnu autentičnost.

Smatrate li da Bosna i Hercegovina ima potencijal da razvije snažan vinski turizam, s obzirom na kvalitet vina koji se već prepoznaje i u inostranstvu?

Apsolutno. BiH kao i ostale balkanske zemlje ima dugu tradiciju vinogradarstva i sve snažniji

kvalitet domaćih vina. To je odlična osnova za razvoj vinskog turizma, naročito ako se poveže sa gastronomijom i autentičnim pričama lokalnih vinara. Potencijal je ogroman, samo ga treba strateški razvijati. Marljivost, doslednost, kontinuiran rad nose sigurno rezultat, pitanje je uvek da li mi imamo strpljenje ili želimo sve instant.

Da li restorani u regiji dovoljno koriste mogućnost spajanja gastronomije i vina u kreiranju autentične ponude za turiste?

Još uvek ne u dovoljnoj meri. Ali iskreno mislim da će to doći sa vremenom. Postoji veliki prostor da se vino i gastronomija povežu u jedinstvenu ponudu. To nije samo pitanje vinske karte, već i stvaranja iskustva koje povezuje hranu, vino i priču o poreklu. Za sve to je potrebno vreme, a po najviše poverenje i iskrena želja za saradnjom i uzajamno poštovanje. Na tome treba raditi, za sve ostalo se pobrinula priroda. Na nama je samo da ne z.j.b.m.

Kada je riječ o vinskim kartama, šta po Vama čini dobar balans između domaćih i stranih vina u jednom restoranu?

Suštinski zavisi od koncepta restorana i senzibiliteta osobe zadužene za vino. Mi praktikujemo da nudimo preko 95% lokalna vina (Balkanska vina). Vremenom mi se razvila želja da promenim koncept same vinske karte, tj. da dodamo kategoriju koja će obrađivati vina koja sa nama dele ideju i viziju, a koja nam možda geografski ne ulaze u balkansko podneblje. To je nešto što uvodimo sa zimskom vinskom kartom.

Perspektive ugostiteljstva i turizma

Kako vidite ulogu vrhunskih restorana u oblikovanju turističke ponude jednog grada ili regije?

Restorani su danas jednako važni kao muzeji ili znamenitosti. Oni oblikuju identitet destinacije i privlače turiste koji žele da dožive autentičnost kroz hranu.

Vrhunski restoran može biti ambasador grada i regije, jer kroz njega gost dobija celokupan utisak o kulturi i načinu života.

Koliko su važni edukacija i profesionalni razvoj kadra u ugostiteljstvu, posebno u segmentu gastronomije i vinske kulture?

To je ključno. Bez obrazovanih i motivisanih ljudi nema napretka. U gastronomiji učimo ceo život, kroz praksu i kroz iskustva drugih. Zato je važno ulagati u edukaciju kadra, od kuvara do somelijera, jer upravo

oni postaju nosioci kvaliteta i lica ugostiteljske scene. Takođe je važno ili najvažnije da vaspitavamo generacije koje dolaze na način da ne satanizujemo rad. Raditi vredno i marljivo ne znači da te neko iskoristava i da si manje snalazljiv od ostalih. Vratiti se malo intuitivnom i voditi se stvarima koje nas ispunjavaju.

Koja bi bila Vaša poruka hotelijerima, ugostiteljima i vinarima u BiH – kako zajednički mogu graditi snažniji i prepoznatljiviji imidž destinacije?





Saradnja je ključ. Ako radimo zajedno – hoteli, restorani i vinari – možemo stvoriti prepoznatljiv gastronomski identitet koji će privući goste iz celog sveta.

Kada si destinacija, svima je lakše. Biti dugo pojedinac entuzijasta po meni umara, troši. Naš zadatak je da čuvamo lokalne vrednosti, a istovremeno ih predstavimo na savremen, svima razumljiv način.

Tako Balkan može postati destinacija koja inspiriše prvo nas, a onda i goste koji će poželeti da se vrate.



ANTIQUE PELINKOVAC: NAJBOLJE ČUVANA TAJNA HRVATSKE I PONOS BADEL 1862

ANTIQUE 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 užitak 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.





Saša Zoranović: Kuhanje je priča – svako jelo ima svoju, a zadatak kuhara je da je ispriča

Htio sam pokazati da i jednostavna jela iz
naše tradicije mogu stajati rame uz rame s
najs sofisticiranim svjetskim specijalitetima

Piše: Saša Zoranović, chef

Na prestižnom svjetskom takmičenju Chef of the World 2025 u Kini, bosanski chef Saša Zoranović iz Istočnog Sarajeva ušao je u Top 100 najboljih kuhara svijeta. Umjesto da se osloni na egzotične trendove, odlučio je svjetskoj publici predstaviti – kvrgušu.

U modernoj interpretaciji ovog tradicionalnog bosanskog jela, Zoranović je spojio jednostavnost

domaće kuhinje i hrabrost inovacije, ostavljajući snažan utisak na međunarodni žiri. Njegova priča je istovremeno priča o Bosni, tradiciji i vjeri da i skromna jela mogu osvojiti svjetsku kulinarsku scenu.

Moja priča: od Pala do svjetskog kulinskog vrha

Kada sam stao na binu u Langfangu u Kini, na takmičenju Chef of the World 2025, i kada su proglasili da sam ušao među deset najboljih



“

Na prestižnom svjetskom takmičenju **Chef of the World 2025** u Kini, bosanski chef Saša Zoranović iz Istočnog Sarajeva ušao je u Top 100 najboljih kuhara svijeta.





“

Želimo da pokažemo da Bosna i Hercegovina ima talentovane kuhare, bogatu tradiciju i hrabrost da izađe na veliku scenu.

Naši mladi kuhari su mi posebna inspiracija. Vidim sebe u njima i znam koliko im znači podrška.

kuhara svijeta, osjetio sam ponos koji je teško opisati. Nisam tamo došao sa složenim tehnikama ili egzotičnim namirnicama, već sa kvrgušom, jelom koje sam gledao kako se pravi u mojoj porodici.

Tema je bila street food, a ja sam odlučio da odgovorim našim klasikom. Uzeo sam krompir, piletinu i jogurt-tijesto, dodao miris mente i malo čilija, oblikovao sve u male kalupe i tako napravio nešto što je izgledalo moderno, ali je u suštini nosilo duh Bosne.

Htio sam pokazati da i jednostavna jela iz naše tradicije mogu stajati rame uz rame s najsofisticiranijim svjetskim specijalitetima. Ispostavilo se da je upravo ta iskrenost bila moj adut.

Putovanje kroz kuhinje

Moje kulinarско putovanje počelo je na Palama, gdje sam završio srednju školu. Kasnije sam radio u Crnoj Gori, Hrvatskoj, Njemačkoj... Svaka kuhinja me naučila nečemu novom. Shvatio sam da kuhanje nije samo zanat, već disciplina, istraživanje i stalno učenje.

Danas, kao šef restorana Toplik u Istočnom Sarajevu, pokušavam prenijeti tu ljubav i znanje mlađim kolegama. Vjerujem da je kuhanje priča, svako jelo ima svoju, a zadatak kuhara je da je ispriča na najbolji mogući način.

Tradicija i inovacija

Granica između tradicije i inovacije za mene ne postoji. Postoji samo hrabrost da se igraš s receptima i da im daš novi oblik, a da pritom zadržiš njihovu suštinu.

Tako sam radio i s kvrgušom. Ona u svom izvornom obliku izgleda sasvim drugačije, ali ja sam je želio osvježiti, uljepšati i predstaviti na način koji će privući pažnju svjetskog žirija.

Pogled naprijed

Znam da Michelinova zvjezdica još nije stigla u Bosnu i Hercegovinu, ali vjerujem da će i to doći. Moj kolega Nihad i ja već radimo na okupljanju tima za Svjetsku kulinaršku olimpijadu. Želimo da pokažemo da Bosna i Hercegovina ima talentovane kuhare, bogatu tradiciju i hrabrost da izađe na veliku scenu.

Naši mladi kuhari su mi posebna inspiracija. Vidim sebe u njima i znam koliko im znači podrška. Potrebno je da i škole i država stanu iza njih, da im otvore put. Mi imamo priču, imamo talenat – samo treba vjerovati u sebe.

Moj recept

Planiram nastaviti istraživati i modernizovati zaboravljene recepte naše kuhinje. To je moja misija – da pokažem svijetu Bosnu kroz hranu.

Svako naše jelo, bilo cicvara, tarhana ili kvrguša, nosi priču o ljudima, o vremenu i o mjestu iz kojeg dolazimo. Kada to prenesemo na pravi način, svi nas razumiju. Jer kuhinja je univerzalni jezik.

FASTi **DIGITALIZUJ** **HACCP!** **ZA 30 MINUTA**

Bez papira. Potpuna kontrola.

- ☑ Automatsko mjerenje temperature
- ☑ Digitalne evidencije
- ☑ Podsjetnici i alarmi
- ☑ Brzi izvještaji

samo
69 KM/mj



Prijem
hrane



Evidencija
temperatura



Evidencija
čišćenja



Mikrobiološke
analize



Evidencija
DDD mjera



Evidencija
sanitarnih
knjižica



www.fasti.ba / 387 62 392-855

Podravkina ekspertiza za vrhunske kuhare

U svakodnevnom kuhanju najvažnije je imati pouzdane partnere i sastojke na koje se možete osloniti. Podravka expert nudi provjerena kulinarska rješenja, stručnu podršku i proizvode koji olakšavaju rad u kuhinji, a pritom čuvaju ono najbitnije - vrhunski okus i zadovoljstvo gostiju.



Kondimenti:

Podravkini proizvodi od voća slove kao najbolji. Odlikuju se karakterističnim okusom, mirisom i bojom, a ne sadrže umjetna bojila i sladila. Mogu se konzumirati kao namaz za kruh, za punjenje palačinki i vafli ili za spremanje vrhunskih kolača i torti.



Rajčica:

Bez obzira koje jelo pripremati, tijesto će biti ukusnije, hrskavije i mirisnije odaberete li za to vrhunsko brašno. Podravka nudi bogat izbor visokokvalitetnih mlinskih proizvoda za najraznovrsniju primjenu. Ponuda uključuje standardna i namjenska brašna te različite mješavine koje olakšavaju pripremu brojnih jela.



Konzervirano povrće :

Bez obzira koje jelo pripremati, tijesto će biti ukusnije, hrskavije i mirisnije odaberete li za to vrhunsko brašno. Podravka nudi bogat izbor visokokvalitetnih mlinskih proizvoda za najraznovrsniju primjenu. Ponuda uključuje standardna i namjenska brašna te različite mješavine koje olakšavaju pripremu brojnih jela.



Piletina s nadjevom od ajvara

Težina za 4 porcije: 1,6 kg

Priprema: 35 min



Sastojci

800 g pilećeg filea
50 ml suncokretovog ulja
20 g Pšeničnog oštrog brašna
100 ml vrhnja za kuhanje
Peršin usitnjeni list
25 g Demi glace umaka
8 g Vegeta fino mljevena
Po želji sol i papar

Za nadjev

50 g jaja
15 g Krušnih mrvica Žito
10 g Vegeta Natur paste
češnjak
60 g Ajvara blagog

Prilog

300 g Rezanaca sa
špinatom Zlato Polje

- 1** Pilećem fileu po cijeloj dužini napravite otvor i marinirajte mješavinom Vegetom fino mljevenom, soli i papra.
- 2** U zdjelu stavite ajvar, pastu od češnjaka, krušne mrvice i jaje te sve zajedno izmiješajte. Pripremljenim nadjevom pomoću dresir vrećice puniti piletinu.
- 3** Uvaljajte u brašno i pržite na masnoći. Podlijte vodom, dodajte umak Demi glace i pirjajte oko 10 minuta.
- 4** Na kraju dodajte vrhnje za kuhanje te sve zajedno kratko prokuhajte i poslužite.



Savjet

Na isti način s nadjevom možete puniti i druge vrste mesa u komadu.



Posluživanje

Za prilog možete poslužiti i krokete od krumpirovog tijesta ili zapečeni pire krumpir.

Profesionalno sa srcem.

Mladi talenat, svjetski standardi: **Stefan Terek** i njegova kulinarska avantura

Od prve kuhinje kod bake do stažiranja u restoranu sa dvije Michelinove zvjezdice – put jednog mladog kuhara kroz inovacije, tradiciju i internacionalne kuhinje.

Intervju: Stefan Terek, chef

Kuharski zanat zahtijeva strast, disciplinu i stalnu želju za učenjem. Stefan Terek, iako još vrlo mlad, već može da se pohvali impresivnim rezultatima – od takmičenja u Srbiji i stručnog usavršavanja u Kini, do stažiranja u prestižnim restoranima sa Michelinovim zvjezdicama u Parizu. Njegova priča nije samo o nagradama, već o kreativnosti, inovacijama i upornosti, o učenju od najboljih i prenošenju tih iskustava u kuhinje Balkana. U ovom intervjuu, Stefan otkriva kako je spoj rada, talenta i prilika oblikovao njegov profesionalni put i kako vidi budućnost fine dining-a u našem regionu.





Stefane, Vi ste vrlo mladi, a iza sebe već imate zavidne rezultate, od takmičenja u Srbiji, stručnog usavršavanja u Kini, pa sve do stažiranja u restoranima sa Michelinovim zvezdicama u Parizu. Kako biste sami opisali svoj dosadašnji put u gastronomiji?

Počeo sam sa gotovim jelima, to mi je bio prvi posao gde sam uredno odlazio i primao platu. Aktivno sam počeo da radim u prvoj godini srednje škole tj. sa 15 godina. Kroz srednju školu sam počeo da se upoznajem sa kuhinjom, na kraju prve godine otišao da radim na rečni kruzer, a kroz celu srednju školu sam istraživao sa hranom.

Na kraju srednje škole sam otišao na svoje prvo takmičenje gde sam osvojio 1. mesto u kategoriji jelo po izboru. To je za mene i moje mentore profesore Nemanju, Željka i Vanju bio pozitivan šok jer se apatinska škola nije pojavila 7 godina na tom takmičenju i nakon 7 godina sam došao i ostavrio ono što sam zacrtao.

Nakon toga dolazim u Beograd i upisujem Visoku Hotelijersku Školu gde upoznajem profesore: Mladena Pršića, Miloša Ćirija, Danijelu Stojanović, Slobodana i Zdravka i mnogo druge koji su na prvu ruku izgledali i zvučali mnogo strogi ali vremenom sam video da su profesori koji takođe vole ovaj posao. Zajedno sa njima sam se pripremao za razna takmičenja i razne sajmove i događaje gde smo se uvek vraćali sa uspehom. Takođe u prvoj godini visoke škole postajem član

Junior Chefs Club-a sa kojima odlazim na svetska takmičenja, u Srpsku kuću i radimo veliki broj humanitarnih akcija i večera. Prošao sam kroz pet restorana u Beogradu i video sa desetak različitih kuhinja. Trenutno radim u restoranu Fleur de Sel u Novom Slankamenu koji posluje u okviru vinarije Šapat, imamo jednu mišelinovu zvezdu. U Fleur-u radim u timu od 12 kuvara na čelu sa šefom Nikolom Stojakovićem i njegovom desnom rukom Markom Komadinom.

- Republičko takmičenje kuvara trećeg stepena, Palić – prvo mesto
- Ekotrofelija Srbija, Beograd – prvo mesto
- Ecotrophelia Europe, Pariz – prvo mesto
- World Culinary Cup Luxemburg, Luksemburg – bronzana medalja
- Zapadnoevropsko takmičenje kuvara, Solun – dve srebrne i jedna bronzana medalja
- Takmičenje kuvara Balkana, Budva – dve srebrne medalje
- Food Vision by Open Balkan, Beograd – srebrna medalja i drugo mesto
- Gastro kup, Novi Sad – bronzana i dve zlatne medalje, prvaci Kupa
- IKA Culinary Olympics, Štuttgart – srebrna i bronzana medalja
- Food Vision by Open Balkan, Beograd – zlatna medalja i prvo mesto

Potrudio sam se da Vam ispričam moj put što detaljnije sa što sažetije, nadam se da ćemo imati



priliku i uživo da razgovaramo jer tada bi vam to mnogo bolje opisao.

Kada se osvrnete na početke, šta je bila Vaša prva motivacija da izaberete kuhinarstvo kao profesiju?

Početak kao početak, svaki početak je težak. Za mene početak u kuhinji počeo je još u osnovnoj školi kada sam počeo da kuvam kod kuće sa majkom i bakom. Baka je većinom zaslužna za moj ulazak u kuhinju jer sa njom sam počeo da kuvam. Volim da kažem da je prva stvar koju sam napravio bile kiflice, što i jeste. Posle tih kiflica sam počeo sve češće da kuvam. Prvi put sam u osmom razredu ušao u ozbiljnu kuhinju i shvatio da je to posao kojim želim da se bavim.

Što se kasnije i pokazalo, iako sam i dalje mlad i i dalje se usavšavam, ostao sam pri tom mišljenju da je ovo posao kojim ću se baviti. Pored bake, mama ima catering firmu i pored nje sam počeo da se "igram" sa hranom jer mi je davala slobodu da pravim šta god želim, pa ako bi to ispalo kako treba islo bi za prodaju. Tako je izgledao moj početak ulaska u kuhinju, ali svako novo radno mesto i svako novo iskustvo gledam kao novi početak, nova kuhinja, nova jela, novi tim ljudi i potpuno nova radna atmosfera koja vremenom preraste u novu porodicu i novi krug prijatelja.

Na takmičenju ste osvajali nagrade za „Jelo po izboru“, a kasnije ste učestvovali u timu koji je osmislio inovativni proizvod – krančiz od bezglutenskih žitarica i cvekle. Koliko je inovacija važna u kuhinji danas?

Proizvod Krančiz je trenutno najveća inovacija koju smo napravili. Taj proizvod je dospao na svetski sajam inovacije i prehrambenih proizvoda, odnosno sajam SIAL koji se održava u Parizu gde su članovi komisije bili oduševljeni. Na tom takmičenju sam izašao iz svoje zone komfora i mogu reći da sam iz kuhinje prešao u pogon i u labalatoriju.



Spoj ljudi u našem timu je bio neverovatan, jer smo svi bili različiti u neku ruku a spoj svih nas je činio tim savšen. I naravno da ne zaboravim prof. Anu Kalušević koja je bila tu glavna podrška i koja je verovatno najviše verovala u naš proizvod i to što radimo. Inovacije se dešavaju svakodnevno u kuhinji i one su sastavni dio našeg posla. Tu su da bi nam olakšale posao i da radni dan učine zanimljivijim. Svako od nas je različit na svoj način, iako postoje recepti i načini rada koji su provereni, mi smo tu da eksperimentišemo sa hranom i na taj način stvaramo inovacije.

Imali ste priliku da učite o tradicionalnoj kineskoj gastronomiji. Koje biste tehnike ili principe iz tog iskustva izdvojili kao najdragocjenije i koliko su primjenjivi u evropskom kuhinarstvu?

Kinezi su posebni na svoj način, u pozitivnom smislu naravno. Njihove tehnike i načini rada su slabo poznati kod nas. Kineska gastronomija koja je zastupljena u Evropi i kineska gastronomija

kod u Kini ne može da se poredi. Prva velika razlika je to što oni za sve obrade i rad koriste jedan nož koji je sličan satari. Ekstremno je oštar i kada se naviknete mnog su lake i praktične za rad. Začini i namirnice koje oni koriste su wau, drugačijeg izgleda, ukusa i teksture. Tek kada odete tamo vidite koliko se zapravo razlikuju od nas. Neverovatni su na

svoj način. Oduševili su me sa karvingom i sa shugar art-om za koje su majstori. To sa kakvom lakoćom rade ne mogu da vam opišem. To bi mogle biti dve stvari koje bi voleo da naučim od njih i prenesem ovde kod nas.

Stažirali ste u prestižnom restoranu sa dvije Michelinove zvjezdice u Parizu. Kako izgleda rad u takvom

okruženju i koje ste vještine tamo dodatno razvili?

Otišao sam bez očekivanja, to mi je dalo prostora da se bolje prilagodim u kuhinji. Radio sam u kuhinji koja ima 25 kuvara, tačnije tri zamenika šefa. Restoran je služio do 160 ljudi dnevno, što mi je bio prvi veliki šok za restoran koji ima dve zvezde. Kako je vreme prolazilo, video sam da to što oni rade je tipična francuska kuhinja koja koristi i neguje recepte stare i više od 200 godina. Sve što rade rade perfektno, precizno i timski ali u neku ruku. Nisu timski igrači kao što smo mi u restoranu Fleur de Sel.

Oduševili su me sa njihovim sistemom, načinom rada i tehnikama koje su mi bile i od pre poznate ali nisam imao priliku da vidim uživo. Kvalitet namirnica koje se tamo serviraju je na zavidnom nivou, ne mogu da kažem da je kod nas drugačije, ali vratiću se na količinu posla i broj jela koji se dnevno serviraju u toj kuhinji. Zahvalan sam Junior Chefs Club-u što su mi omogućili da odem na takvo mesto i da provedem najtežih mesec dana ali ujedno i najlepših do sada u mojoj kuvarskoj avanturi.

Koliko je za mladog kuhara važno da ima priliku da radi u internacionalnom okruženju, i kakve su razlike u pristupu gastronomiji koje ste mogli primijetiti između Balkana, Kine i Francuske?

Kako narod kaže: "Sto ljudi sto čudi". Tako je i u poslu kuvara, svako ima svoj način rada i svoje tehnike. Što se više kuvar upoznaje sa različitim načinima i tehnikama rada to će mu biti lakše i zanimljivije da radi ovaj posao. Važno je promeniti više različitih kuhinja i više različitih nacionalnih kuhinja kako bi videli koje su to razlike i kako bi videli koliko zapravo još imamo da učimo.

Francuzi se smatraju tvorcima gastronomije, što i jesu. Cene i neguju tradiciju i primenjuju je u modernoj gastronomiji, Kinezi takođe, a i mi Balkanci naravno. Samo što kod nas je tek počeo razvoj nove kuhinje i mi Balkanci





smo poznati po totalno drugom konceptu pripremanja i služenja hrane, što ne znači da vremenom nećemo to promeniti.

Mladi ljudi često se suočavaju sa izazovom da balansiraju kreativnost i stroge standarde profesije. Kako Vi nalazite taj balans u kuhinji?

Kreativnost je veoma važna stavka u ovom poslu, posebno u fine dining-u. Da nema kreativnosti ne bi bilo ni inovacija. Strogi standardi postoje kako bi olakšali posao u neku ruku, kad već znate kako napraviti dobar sos na primer uz malo kreativnosti možete napraviti nešto sasvim drugačije.

Standarde tumačim kao neka pravila koje je neko davno napisao i tu su da se poštuju. A kreativnost tumačim kao slobodu stvaranja kuvara i spoj ta dva ne može imati loš ishod. U kreativnosti i eksperimentisanju sa hranom ne mora uvek sve da ide kako ste zamislili, dešava se da nekad ne dobijete ono što ste očekivali. Ali ako pokušavate uspećete.

U okviru „Srpske kuće“ u Parizu promovisali ste gastronomiju svoje zemlje olimpijcima i međunarodnoj publici. Koliko je, po Vašem mišljenju, važna gastronomska diplomatija i predstavljanje nacionalne kuhinje na svjetskoj sceni?

Mi Balkanci smo poznati po jakoj hrani, velikim porcijama koja se sviđa turistima. Ne smemo da zaboravimo koji su naši koreni i trebamo

da ih negujemo. Ćevap treba da ostane ćevap, pečenje da ostane pečenje, sarma neka ostane sarma. Gastronomija daje za slobodu da se to rekonstruiše, preservira i drugačije prezentuje ali mislim da ne bi trebali da menjamo nešto po čemu smo poznati samo kad smo već razvili tradicionalnu gastronomiju zašto ne bi nastavili u tome i prezentovali na drugačiji način.

Kad nas u restoranu Fleur de Sel mi imamo praseću bajaderu, sporo kuvanu teletinu koja može predstavljati teletinu ispod sača iz uz to slučajno krompir koji se priprema na malo drugačiji način, takođe i teleću čorbu. Zadržali smo način pripremanja hrane i prezentovali ga kao originalan kakav i jeste, samo smo ga prilagodili fine dinig konceptu. Smatram da takve stvari trebamo sve više da guramo i da pravimo balans između balkanske kuhinje i kuhinje sveta.

U Srpskoj kući nam je to i bio zadatak, promovisati gastronomiju, kulturu i turizam u Srbiji. Mogu slobodno da kažem da smo uspeali u tome jer nam je restoran svaki dan bio pun, prodavala se velika količina hrane i pića koju smo doneli iz Srbije. Turistima se svidelo to što smo radili i verujem da će veliki broj da nas poseti ako već do sada nisu.

Slovak sam po nacionalnosti, i ako sam se rodio ovde, odrastao sam takođe ovde, ja negujem dve kulture slovačku i srpsku. Slovačku kulturu negujem za sebe i ubacujem samo segmente

slovačke kuhinje kroz svoj rad, srpsku kuhinju mnogo bolje poznajem jer sam uz nju odrastao.

Sve više hotela i restorana u BiH i regionu teži ka fine dining konceptima. Kako vidite razvoj tog segmenta ugostiteljstva u našem regionu i koliko je realno očekivati rast interesovanja gostiju za ovakav pristup?

Definitivno je da je fine dining koncept počeo sve više i više da se razvija, i kod nas na Balkanu i po Evropi generalno. Primećujem da mnogi restorani pokušavaju da primene taj koncept, nekima uspeva nekima ne. Ali to je moje lično mišljenje, iako sam do sada prošao kroz svakakva iskustva i takmičenja, upoznao kuvare iz različitih delova sveta, mislim da sam još uvek mlad da bi pričao o razvijanju fine dining-a. Drago mi je što vidim da fine dining počinje da živi na našim prostorima. Prvenstveno zbog kuvara koji su počeli i koji počinju svoju avanturu jer će imati priliku da rade u restoranima u kakvim ja i kuvari stariji od mene nisu imali prilike da rade i uče. Tačnije imali su prilike ali su morali da idu u inostranstvo. Činjenica je da popularnost fine dininga na našim prostorima tek počinje i verujem da je to tek početak i da će koncept i kvalitet sve više da raste.

Kao mladi kuhar koji tek gradi karijeru, šta mislite da je ključno za uspeh talenat, radna disciplina ili prilika za stručno usavršavanje? Šta biste savetovali mladim kuharima i učenicima ugostiteljskih škola koji žele da se razvijaju i jednog dana dosegnu međunarodne standarde u kuhinji?

Treba napraviti balans između svega toga. Prvo morate da volite ovaj posao ponekad i više nego sebe, morate biti spremni da se odreknete mnogo stvari posebno u početku. Kuhinja izgleda kao mnogo lak posao ali je kroz suprotno. Za mene kuhinja predstavlja drugu kuću bez koje ne mogu, koliko god ponekad bilo teško baš taj pritisak i tempo mi prija jer su postali moja svakodnevnica. Najvažnije od svega je želja za radom i znanje koje dolazi sa svih strana, teorija je važna i treba je znati ali korisna je samo ako je spojite sa praksom. Praksa je sve i ponavljanjem jedne stvari više puta samo usavršavate sebe i počinjete da obraćate pažnju na detalje.

Koji su Vaši planovi za naredni period, da li Vas vidimo u nekom od restorana u regionu ili planirate nastavak usavršavanja na svjetskoj sceni?

Vidim sebe ovde gde i jesam, razmišljao sam o odlasku preko ali to bi bilo samo privremeno za rad višeg cilja i višeg znanja. Verujem da Srbija ima veliki potencijal za razvoj koji je počeo, imamo predivnu kulturu, prirodu, namirnice, pića, destilate i narod smo koji ima veliki potencijal za razvoj. Postoji samo jedan faktor koji je tu ključan a to je vreme, trebamo biti strpljivi i pustiti da vreme radi svoje, a dok to čekamo trebamo da iskoristimo to vreme na najbolji mogući način i da nastavimo da stvaramo kao što smo radili i do sad. Što bi rekao moj drug kuhar: "Kovali smo, kuvamo i kuvaćemo".



Od zrna do šoljice: Moj put u svijet specialty kafe

Kako strast, preciznost i umjetnost u pripremi
kafe mijenjaju doživljaj svakog gutljaja

Intervju: Hamza Crnica, barista

Kafa kao doživljaj: Put u svijet specialty scene

Moj prvi susret sa svijetom specialty kafe bio je gotovo slučajan, ali nevjerovatno upečatljiv. Sjećam se šoljice pour-overa pripremljene od etiopijskog zrna, koje mi je ponudila moja Lejla – moja ljepša polovina, ali i mentor i trener. Bile su to izražene note citrusa i jasmína, slojevitost i jasnoća ukusa koje dotad nisam povezivao s kafom. Bio je to pravi mali šok za nepce.

Onaj dobar – koji te natjera da se zapitaš: „Čekaj, kako kafa može ovako da miriše i ima ovakav profil?“ Taj trenutak promijenio je sve. Počeo sam istraživati porijeklo zrna, metode obrade, uticaj terroira, način prženja i metode pripreme.

Shvatio sam da iza svake šoljice stoji čitav lanac posvećenih ljudi – od farmera do bariste – i da je svaka kafa prilika za novo iskustvo. Specialty kafa me je privukla jer spaja nauku i umjetnost, znanje i senzorni doživljaj, preciznost i priču. Od tada, kafa za mene više nije samo navika, već svakodnevni ritual i stalno istraživanje.

Kako objasniti specialty kafu gostu?

Kada gost prvi put zakorači u specialty coffee shop, trudim se da mu objasnim šta zaista pije: Kafa koju ovdje pijete dolazi s pažljivo odabranih farmi, uzgaja se u specifičnim mikroklimama, bere se ručno i obrađuje s posebnom pažnjom. Svako zrno je prošlo strogu selekciju da bi do vas došla samo ona najbolja. Ono što držite u šoljici nije samo napitak – to je rezultat strasti i





znanja ljudi kroz čitav lanac, od plantaže do vašeg stola. I ono najljepše – kafa, baš kao i vino, ima različite ukuse zavisno od sorte, porijekla i metode pripreme. Svaki gutljaj može biti novo otkriće.

Obrada zrna – gdje počinje karakter

Proces obrade zrna ima ogroman uticaj na ukus kafe. Postoje tri osnovna procesa:

- Washed (oprani): plod se potpuno odstranjuje prije sušenja – kafa ima čistu, svježiu aromu, često s izraženom kiselošću i jasnoćom.
- Natural (suhi): cijeli plod se suši zajedno sa zrnom – kafa je punija, slađa, voćnija, s notama crvenog voća i čokolade.
- Honey (medeni): djelimično se uklanja sluz, pa zрно zadržava slatkoću i složenost oba procesa





– balansirano, često sirupasto tijelo.

Barista koji razumije ove procese može pravilno odabrati način pripreme, mljevenje i ekstrakciju, kako bi iz svakog zrna izvukao maksimum.

Barista kao tumač priče

Znanje o porijeklu zrna, nadmorskoj visini i mikroklimi omogućava baristi da anticipira karakter kafe – voćna i cvjetna nota iz Etiopije, orašaste i čokoladne nijanse iz Brazila... To više nije „pravljenje kafe“, to je interpretacija jedne priče, poštovanje prema svima koji su sudjelovali u njenom nastanku.

Degustacija – analiza ukusa

Degustacija je važan dio procesa. Fokusiram se na:

1. Aromu – suha i svježe mljevena kafa daje prve naznake o profilu.
 2. Ukus – ukupni dojam u ustima.
 3. Kiselost – svježina, poput citrusa i bobičastog voća.
 4. Tijelo – tekstura napitka (lagana, kremasta, sirupasta).
 5. Balans – harmonija svih elemenata.
 6. Aftertaste – trag koji ostaje nakon gutljaja.
- Dobra kafa je čista, balansirana i autentična. A posebna? To je ona koja vas natjera da zastanete i kažete – „wow“.

Specialty scena u BiH – sve više radoznalih

U Bosni i Hercegovini, tradicionalna bosanska kafa ima snažnu kulturološku poziciju. Ipak, sve više gostiju pokazuje interesovanje za nove ukuse i metode pripreme. BiH je već među vodećim zemljama u regionu po konzumaciji kafe – oko 6 kilograma po glavi stanovnika godišnje – što pokazuje veliki potencijal za specialty scenu. Uprkos izazovima poput rasta cijena, potrošači ostaju radoznali i spremni na istraživanje. To otvara prostor za bariste i coffee shopove da ponude edukaciju i nova iskustva.

Dan jednog specialty bariste

Radni dan specialty bariste

počinje prije nego što se otvore vrata:

- Kalibracija mašina i mlina, degustacija prvih ekstrakcija.
- Priprema i organizacija prostora.
- Priprema kafa različitim metodama – espresso, V60, Chemex, Aeropress...
- Komunikacija s gostima – objašnjavanje ukusa, procesa i preporuka.

Tu je i kreativnost: latte art, signature napici, edukacija kolega, cupping sesije... To nije posao. To je misija.

Moj favorit: Etiopija, Guji – natural

Ako moram izdvojiti jednu regiju i obradu koja me osvojila, to je Etiopija, posebno Guji, natural obrada. Šoljica kafe s mirisom borovnica i lavande, ukus suhog voća i čokolade – to je bio trenutak kad sam shvatio da kafa može biti umjetničko djelo.

Partnerstvo s pržionicama – ključ kvaliteta

Veza bariste i pržioničara je partnerska. Zajedno otkrivamo potencijal zrna, prilagođavamo recepte i dijelimo znanje. Rad s lokalnim pržionicama donosi autentičnost, jača lokalnu scenu i uliva povjerenje gostima.

Takmičenja – škola samopouzdanja

Iskustva s međunarodnih takmičenja nisu mi donijela samo priznanja, već i dublje razumijevanje kafe. Tamo se uči preciznost, razmjenjuju ideje i gradi profesionalna sigurnost – ona koja nije uštogljena, već otvorena za inspiraciju i rast.

Baristika kao poziv

Sve više mladih prepoznaje baristiku kao poziv, a ne samo posao. Iako još nemamo dovoljno formalnih edukacija, lokalne pržionice i coffee shopovi preuzimaju ulogu mentora.

Potrebna nam je sistemska podrška, više edukacija i platformi za razmjenu znanja – jer kafa kod nas ima potencijal da postane nešto mnogo više od dnevne navike.





EUROPEAN quality
MATTRESSES
beds & sleep products



MojSan[®]
madraci

sanjaj sa
profesionalcima



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

RATIONAL

BERTO'S
CHEF SOLUTIONS

DICK
Traditionsmarke des Pfiffs

fimar

ASTARCO

lcematic

📍 VIDOVDANSKA 2, 78252 TRN, LAKTAŠI ✉ info@rematrade.net ☎ +387 51 585 135
PROFESIONALNA OPREMA ZA UGOSTITELJSTVO I SITNI UGOSTITELJSKI INVENTAR

SIERRA DE UTIEL

ŠPANSKO EKSTRA DJEVIČANSKO MASLINOVO ULJE

Aceites De las Heras je osnovan 1885. godine i proizvođač je nekoliko brendova maslinovog ulja. Danas, nakon više od 135 godina, četvrta generacija porodice nastavlja s istim vrijednostima i filozofijom kao i u prošlosti. Biramo najbolje sirovine kako bismo dobili odličan proizvod koji će zadovoljiti naše kupce.

Naš brend Sierra de Utiel dobio je ime po impresivnim planinama koje se nalaze u unutrašnjosti provincije Valencia, odajući tako počast porijeklu porodice koja je osnovala kompaniju 1885. godine u Utielu.

Dobijeno od mješavine maslina Arbequina, Picual i Cornicabra, Sierra de Utiel je najtradicionalnije ekstra djevičansko maslinovo ulje kompanije Heras.

Dostupno je u više gurmanskih formata, od malih staklenih boca do limenki od 5 litara. S druge strane, nudimo i formate koji su više fokusirani na HORECA kanal.

Uvoznik i distributer:

ZAND d.o.o., Igmanska bb, 71320 Vogošća, Bosna i Hercegovina

email: prodaja@zand.ba, tel: 033 460 606

