

Ton

Energija boja!

ČASOPIS SPECIJALIZOVAN ZA BOJE I LAKOVE

INTERVJU

VLADIMIR SIMIĆ

direktor Helios Srbija

HELIOS KUPIO ZORKA COLOR

TEMA

**Za opstanak farbare
četvrtina miliona eura**

DESTINACIJA

**Kako najjeftinije na svetsko
fudbalsko prvenstvo u Katar**

 **ROMA**
company
Boje • Fasade • Tapete

30
Godina Zajedno



HELIOS

SPEKTRA®

SPEKTRA MAGNETIC

**KREATIVAN PRISTUP
U OBLIKOVANJU MAGNETNE
ZIDNE POVRŠINE**





Vladimir Simić: HELIOS Srbija AD..... **26**



Tema: Za opstanak farbare 250.000 eura..... **30**



Trend: Spavaće sobe..... **60**

Novosti..... 6

Poznati brend

Perma White..... 38

Predstavljamo

Wagner..... 42



Pitanja i odgovori

Hydrosol decor..... 46

Kolumna

Vladimir Miletić..... 50

Enterijer

Kombinujte stilove..... 54



Predstavljamo radnju

Viva Dekor MB..... 64

Predstavljamo radnju

Arnica Montana, Budva..... 70

Destinacija

Katar..... 74

Zanimljivosti..... 78

Izdavač:

B Network d.o.o.
Savska 19, Beograd
za klijenta Roma Company

**Direktorka, glavna
i odgovorna urednica:**

Katarina Živković

Marketing:

Vesna Milošević
vesna.milosevic@roma.rs

Saradnici:

Irina Maksimović
Milena Jovanović
Slobodan Koković
Jelena Anđelković

Foto:

Dragana Đorović

Prelom:

Svetislav Bajić

Lektor i korektor:

Vesna Kalabić

Naslovna strana:

Wagner

Adresa redakcije:

Savska 19, Beograd

Štampa:

BiroGraf Comp, Beograd

Reg. broj NV000025
God. osnivanja 2002.
UDK 667.5
ISSN 1451-8147
COBISS 183248391
Narodna biblioteka Srbije

Poštovani čitaoci.

Pred vama je 102. izdanje časopisa TON – Energija boja u kome smo se bavili značajnim i aktuelnim temama.

Pre svega, pokrenuli smo istraživanje koliki su troškovi prosečne farbare i poredili sa poslovanjem u odnosu na pre dve godine kada smo se takođe bavili ovom temom. Osim toga, zanimalo nas je kako su se kretale cena proizvoda, pokazalo se da su više u proseku 20 odsto tj onoliko koliko su porasli i sami troškovi poslovanja. Takođe, pokušali smo da izračunamo koliki je promet neophodno napraviti da bi prosečna farbara poslovala isplativo. Verujemo da će vam ovo naše istraživanje biti zanimljivo i nadamo se da ćete nam poslati svoja mišljenja i reakcije na trenutnu situaciju u poslovanju farbara.

Značajna vest na domaćem tržištu boja i lakova svakako je i da je Helios postao vlasnik brenda Zorka kolor, pa time i tržišta i biznisa vrednog 11 miliona evra. Bilo nam je zadovoljstvo da razgovaramo o ovoj aktuelnoj temi sa direktorom Heliosa, Vladimirom Simićem, o samoj akviziciji, uklopanju brenda Zorka kolor u portfolio Heliosa, planovima za dalji razvoj i prodaju...

Druge novitete i dešavanja na tržištu pronaći ćete u našoj rubrici Novosti, kao i kroz redovne članke u kojima imate pregled novih brendova i njihovu primenu.

Osim noviteta uvek imamo i stručne rubrike sa savetima kako rešiti neke probleme koji se redovno pojavljuju u poslovanju. Od prošlog broja predstavljamo vam po jednu farbaru iz Srbije i Crne Gore, tako da i i sada možete pročitati kako posluje farbara u Mataruškoj Banji i u Budvi.

Prenosimo vam zanimljive trendove i pravce u dizajnu i enterijeru i kako uklapati boje i uneti novu dinamiku u životni prostor sa nadom da će vam ovi saveti pomoći da primenite najnovije trendove u svoje poslovanje.

Verujemo da će vam biti zanimljiva i rubrika Destinacija u kojoj smo se bavili predstojećim svetskim prvenstvom u fudbalu koje se održava u Kataru. Kontaktirali smo turističke agencije da saznamo koliko koštaju aranžmani za Svetsko prvenstvo i cene putovanja i smeštaja možete pronaći na našim stranicama, kao i priču o Kataru i najnovijim građevinama kojima se ova zemlja ponosi.

Pišite nam šta biste želeli da čitate u vašem časopisu Ton – Energija boja.

Sve najbolje želi vam redakcija časopisa Ton – energija boja!

Ceresit

NOVO PAKOVANJE, ISTI KVALITET



www.ceresit.rs

 Ceresit

 @ceresitsrbija



ROMA COMPANY

Uručen aparat Cough Assist Leni Janković

U prisustvu staratelja Predraga Mladenovića, predstavnika Roma Company i fondacije NORBS plus, uručen je aparat osmogodišnjoj Leni Janković.

Zahvaljujući nesebičnoj pomoći predškolaca i učenika osnovnih škola širom Srbije, Roma Company i fondacija NORBS plus obezbedili su aparat Cough Assist, koji će malo Leni omogućiti lakši i bezbrižniji život.

Povodom obeležavanja 30 godina rada i izrade humanitarnog kalendara, Roma Company organizovala je likovni konkurs „Crtežom do sreće“, u kojem su pravo učešća imala predškolci i učenici osnovnih škola iz čitave Srbije. Plemenitim gestom i kreativnim pristupom dece širom zemlje, prikupljeno je više hiljada crteža, a za svaki pristigli crtež Roma Company izdvojila je simboličnih 100 dinara. Na taj način obezbeđen je celokupan iznos od 463.000 dinara neophodan za nabavku aparata Cough Assist za Lenu Janković, koja boluje od retkog oblika spinalne mišićne distrofije.

Humanitarnim likovnim konkursom „Crtežom do sreće“, Roma Company kao društveno odgovorna kompanija, želi da ukaže na značaj svakog pojedinca i njegov doprinos nečijoj sreći.

– Naši najmlađi sugrađani prepoznali su značaj ove akcije i na plemenit i kreativan način odazvali se u velikom broju. Ponosni smo na činjenicu da je naš humanitarni konkurs podržalo više od 60 ustanova širom Srbije i želeli bismo da zahvalimo svoj deci, njihovim roditeljima, vaspitačima, učiteljima, profesorima, na neverovatnom duhu i entuzijamu koji su pokazali kao uzdanica u ostvarenju nečije sreće – izjavila je Jelena Anđelković, menadžer za komunikacije u Roma Company.

Roma Company ove godine obeležava 30 godina postojanja i kao društveno odgovorna kompanija nastaviće aktivno da se bavi temama od društvenog značaja kako bi na pravi način pomogla lokalnoj zajednici u kojoj posluje.

Baunit Beton B20

Suvi beton u džaku spreman za upotrebu

Baunit Beton B20 je prethodno zamešani suvi beton za univerzalnu upotrebu, klase čvrstoće C16/20. Može se koristiti za sve radove betoniranja u kući i dvorištu, za izradu temelja, stepeništa, stubova, trotoara, za postavljanje ploča za popločavanje, za izradu ograda, kao i za postavljanje različitih elemenata na igralištu za decu (ljudljaške, klackalice, tobogani).

- Za sve radove betoniranja
- Primena spolja i unutra
- Brza i sigurna ugradnja



Samo dodaj vodu!



AUSTROTHERM SRBIJA

USKORO PANEL ZA PODNO GREJANJE U NOVIM DIMENZIJAMA, S NOVIM DIZAJNOM PROIZVODA I PAKOVANJA

Austrotherm d.o.o. zapoćeće krajem marta 2022. godine plasman svog novog sistemskog panela za podno grejanje na tržišta Srbije, Crne Gore i Severne Makedonije. Reč je o panelu izrađenom na bazi EPS-a (ekspandiranog polistirena), sa tzv. pečurkama u pravilnom rasteru, kao što je bilo i ranije, ali će ovaj put taj sistemski panel biti drukčijih, većih dimenzija (1.200 mm x 800 mm), s falcom po obimu širine 20 mm. Panel će se izrađivati u debljinama od 40 mm, 45 mm i 50 mm, a posebno je zanimljivo to što će s gornje strane biti presvučen vakuumiranom polistirenskom folijom (ružičaste boje), koja će panel štiti od oštećenja pri montaži i fiksiranju grejnih cevi, gaženja itd. Visina „pečuraka“ biće 24 mm, što znači da će se debljina EPS ploče ispod njih kretati od 16 mm, preko 21 mm, do 26 mm. Panel je predviđen za fiksiranje grejnih cevi prečnika 14 mm, 16 mm ili 18 mm. Bitan podatak za projektante i izvođače radova jeste to što cevi mogu da se postavljaju u minimalnom rasteru od 50 mm (što je i „korak“), odnosno dalje 100 mm, 150 mm itd. U jednom pakovanju će se, bez obzira na debljine panela, uvek nalaziti 10 komada, tj. tačno 9,60 m² ovog proizvoda. Pakovanje će činiti mat folija, koja će na sebi imati odštampane sve bitne podatke o proizvodu i proizvođaču.



Korak po korak do
potkrovlja iz snova

www.mojepotkrovlje.rs

VELUX

KNAUF INSULATION
Knauf Insulation Group

knauf

ROMA

Ulje za drvene površine po kojima se hoda



- Sadrži UV filtere i UV apsorbere
- Povećava otpornost na atmosferske uticaje
- Otporno na vodu i prljavštinu

POGLEDAJ
VIDEO



MAXIMA MAXITHERM® GLITTER

svetlucavi granulati lomljenog stakla

MAXITHERM Glitter je mešavina staklenog granulata sa svetlučavim efektom ogledala. Namenjen je za dekoraciju fasadnih zidnih površina. Izuzetno je otporan na vremenske uticaje i UV zračenje. Može se nanositi na sve vrste dekorativnih fasadnih maltera, izuzev na ROLOSIL ST silikatni fasadni malter.

MAXITHERM Glitter treba prskati odmah na tek naneti dekorativni fasadni malter, dok je još moker, i to pištoljem s levkom, gde je otvor dizne 4-5 mm, a radni pritisak kompresora 2-3 bara. Efektni granulati nanosi se sa udaljenosti od 40-50 cm, kružnim pokretima pištolja. MAXITHERM Glitter oštar je na dodir, pa se ne sme ugrađivati na one delove zidova koji mogu da dođu u dodir s ljudima ili životinjama (terase, balkoni, hodnici i sl.).

NEVENA COLOR

COOL GOLD

visokopokrivna boja za enterijer

Iz proizvodnog asortimana Cool – boje za unutrašnje zidove ovaj put izdvajamo COOL Gold. To je ekološka, paropropusna, periva boja koja se odlikuje izrazitom belinom i visokom pokrivenošću. Otporna je na vlažno brisanje, a koristi se za dekorativnu zaštitu unutrašnjih zidova i plafona u stambenim i poslovnim prostorijama.

COOL Gold možete kupiti u svim dobro snabdevenim prodavnicama.



LAK ZA PARKET



DISTRIBUTER



Milana Rešetara 11
Zemun
+381 11 222 4000
www.roma.rs



ROMA COMPANY AUSTROTHERM SRBIJA

PRIJAVITE SE NA ROMA AUSTROTHERM OPEN 2022!

Na terenima TK Slice u Valjevu održaće se, sada već tradicionalni, šesti teniski turnir Roma Austrotherm open.

Petak, 13. maj, svi željno iščekuju jer je turnir odlična prilika za druženje kolega iz različitih kompanija koje sa bave proizvodnjom, prodajom i distribucijom proizvoda za završne radove u građevinarstvu.

Oni koji žele da se takmiče u tenisu, stonom tenisu i ženskoj odbojki mogu da se prijave slanjem mejla na open2022@roma.rs

Vidimo se u Valjevu!



AUSTROTHERM

termoizolacija

Jedini srpski proizvođač termoizolacionih ploča od ekstrudiranog polistirena



Austrotherm XPS® TOP

Austrijski „Know-How“ od 1990.
Srpska proizvodnja od 2005.




AUSTROTHERM SRBIJA

NOVA INVESTICIJA U FABRICI U NIŠU

Austrotherm d.o.o. proizvodi u fabričkom postrojenju u Nišu još od 2005. godine termoizolacione ploče na bazi EPS-a (ekspandiranog polistirena), kao i one na bazi XPS-a (ekstrudiranog polistirena). Krajem prošle godine, nakon višestrukih investicija u prošlosti, uloženo je dodatnih 300.000 evra u dogradnju proizvodne hale u kojoj nastaju prepoznatljive ružičaste XPS ploče marke Austrotherm. Dograđeno je novih 400 m² proizvodnog prostora (površina osnove), hala visine šest metara, a taj prostor namenjen je za smeštaj nove opreme za završnu obradu i pakovanje. Nova oprema trebalo bi da podigne proizvodno-distribucioni kapacitet za više od 50%! To nije sve: na spratu iznad hale izgrađen je i nov kancelarijski prostor za zaposlene u administraciji, s pratećim prostorijama (trpezarija, svlačionice, tuševi i toaleti).

FOTOTAPETE

DISTRIBUTER  Milana Rešetara 11, Zemun
tel/fax: 011 222 40 00

BEKAMENT[®]

Snaga je u našim rukama

BEKATHERM | PROIZVODI ZA SPOLJAŠNJE
ZIDOVE I IZOLACIJU



BK-Fas Shine

Transparentni premaz sa metalik efektom

- Dekorativni premaz sa sitnim šljokicama za spoljašnje zidove
- Vodoodbojan i otporan na vremenske uslove
- Spreman za upotrebu

Sigurnost spolja, toplina iznutra

www.bekament.com



KNAUF INSULATION

NOVA FABRIKA STAKLENE VUNE ZA KNAUF INSULATION

Knauf Insulation je u januaru 2022. kupio fabriku staklene mineralne vune Geccat u gradu Tarnaveni, u centralnoj Rumuniji. Od 1. marta ta fabrika i zvanično će biti deo Knauf porodice, nakon čega će uslediti investicije kako bi se proizvodnja uskladila s visokim standardima i uvela ECOSE tehnologija, po čemu su proizvodi Knauf Insulation prepoznatljivi i jedinstveni na tržištu. Ova akvizicija logičan je potez i odgovor na ogromnu tražnju za proizvodima od mineralnih vuna kojoj svedočimo ne samo u našem regionu već i u celoj Evropi u poslednjih nekoliko godina.

Dodatni kapaciteti staklene vune Knauf Insulation omogućiće investitorima, distributerima i instalaterima brži pristup proizvodima i sigurniju realizaciju poslovnih planova.



HENKEL

CERESIT LOYALTY PROGRAM 2022. nastavlja tradicionalno nagrađivanje vernih majstora

Osma sezona Ceresit Loyalty programa počinje 14. marta i trajeće do 31. avgusta. Nakon sezone 2021. koja je zabeležila najbolje rezultate do sada i okupila na stotine majstora, Ceresit je nastavio da uvodi inovacije kako bi nadmašio prošlogodišnji uspeh. Učešćem na onlajn tehničkim prezentacijama za keramičare mnogi profesionalci već su obezbedili prve poene u Loyalty programu. Proizvodi koji učestvuju u novoj sezoni programa jesu: CM 11 PLUS, CM 16, CM 12 PLUS BELI, kao i CM 17. Prikupljanje poena moguće je putem Ceresit mobilne aplikacije, veb-sajta loyalty.ceresit.rs, kao i SMS porukama. Pred učesnicima je ukupno šest nivoa, od kojih svaki donosi vredne nagrade. Više informacija dostupno je na sajtu www.ceresit.rs u odeljku LOYALTY.

Vodeći proizvođač boja i lakova u Grčkoj

Visokokvalitetni ekološki proizvodi

Najbolji odnos kvaliteta i cene

EMULZIONA BOJA



EKOLOŠKA
EMAJL BOJA



LAK ZA PARKET




Vivechrom
let's colour

PROFESIONALNA
ZAŠTITA DRVETA



BRZA, JEDNOSTAVNA
I EFIKASNA ZAŠTITA METALA


Dulux

NOVI DOŽIVLJAJ BOJA





ROMA COMPANY ROMA WAGNER SHOW

Roma Company i ove godine planira održavanje tradicionalnog Roma Wagner Showa. Prilike su nas prošle godine sprečile da se družimo, ali nastavljamo ove godine, 8. i 9. aprila u Beogradu, gde opet organizujemo sajam Wagner uređaja na kome će u prijatnoj atmosferi svi zainteresovani građevinci, moleri i fasaderi imati prilike da prate prezentacije, upoznaju se s novitetima, razmene iskustva i sami probaju uređaje. Osim toga, moći će i da se upoznaju s pogodnostima i iskoriste akcijske popuste na uređaje. Dobro došli!



WAGNER



**VRHUNSKE TAPETE
PO IZUZETNIM CENAMA**



Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs



TIKKURILA



Rust

DEKORATIVNA TEHNIKA “EFEKAT RĐE”

Zardala metalna površina evocira na nedovršenost i donosi jedinstvenu estetiku. Njena čar leži upravo u bogato teksturisanoj patini, koja je čini unikatnim izborom i materijalom koji ističe. Organski kvaliteti i zemljani tonovi pojačaće osobenost prostora i dati mu karakter “ručnog rada”.

Više ideja očekuje vas na našim Facebook i Instagram stranicama



Elegancija
u potezima



OFFICIAL
DISTRIBUTOR

5

GODINA

GARANCIJE



PERMA WHITE

EFIKASNA I DUGOTRAJNA ZAŠTITA OD BUĐI

Za razliku od običnih boja, PERMA-WHITE® stvara snažni, izdržljivi, vodoperivi završni sloj koji podnosi vlagu i odbija prljavštinu.

Izvrstan za upotrebu na svim unutrašnjim površinama.

Za stanove, podrume, pekare, mlekare, bolnice, hotele, bazene, proizvodne hale, magacine, objekte za proizvodnju prehrambenih proizvoda...

Idealno rešenje za sve prostorije sa viškom vlage poput kuhinja i kupatila.

- PERMA-WHITE® – je sam sebi podloga.
- Može se naneti na zidove ili plafone preko sledećih površina: maltera, glet mase, gipskartona, preko postojeće boje, metala, stakla, drveta...
- Prianja i na glatke površine bez prethodnog hrapavljenja površine.
- Ima odličnu pokrivnu moć: 1 litar pokriva 5 m² zida u 2 sloja.

Nakon uklanjanja postojeće buđi, dva sloja PERMA-WHITE® će osigurati da bilo koji interijer izgleda čisto, svetlo i lepo godinama.



Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs



NEVENA COLOR

COOL PROF I SPUNA

Nevena Color obogatila je svoj asortiman novim proizvodima za završne građevinske radove u enterijeru i eksterijeru koji su već našli svoje mesto na tržištu. Za predstojeću građevinsku sezonu izdajamo COOL profi ispunu, praškasti materijal na bazi gipsa, s dodatkom određenih aditiva i prirodnih punila.

Proizvod je namenjen za ispunjavanje spojeva gips-kartonskih ploča, s polukružnim HRAC i zakošenim AX ivicama, i bandaž trakama. Jednostavno se priprema i lako nanosi. Vreme je da se rešimo neravnina i oštećenja i da savršeno pričvrstimo gips-kartonske ploče.

Ovaj i ostale proizvode iz građevinskog asortimana možete naći u svim dobro snabdevenim prodavnicama u Srbiji i regionu.



BAUMIT

OBNOVLJENA FASADA GALERIJE LAZAR VOZAREVIĆ U SREMSKOJ MITROVICI

Fasada Galerije Lazar Vozarević, koja je počela da radi 1973. godine u užem centru Sremske Mitrovice, zasijala je novim sjajem. Novo ruho zgrade predstavlja pravi primer nacionalnog stila arhitekture druge polovine 19. veka. Rekonstrukcija nije podrazumevala samo građevinske radove već i vrlo opsežna istraživanja, komparacije i analize stručnog tima Zavoda za zaštitu spomenika kulture. Za rekonstrukciju fasade odabrani su Baumit proizvodi SanovaPre, Sanova S i MultiWhite, specijalno kreirani za očuvanje i restauraciju starih zdanja i spomenika kulture. U kombinaciji s Baumit SilikatColor fasadnom bojom u terakota boji ti proizvodi obezbediće postojan izgled i strukturu fasade ovog važnog objekta dugi niz godina.

*Budi
Cool!*



The Art of Color



BEKAMENT

Kompanija Bekament kontinuirano teži unapređenju postojećih i plasiranju novih proizvoda koji će biti prepoznati po svom kvalitetu i efikasnoj primeni, a kako bi zadovoljila rastuće potrebe tržišta na kojima posluje.

KALKULATOR TERMOIZOLACIONIH FASADNIH SISTEMA



Kompanija Bekament je radi obogaćivanja relevantnosti sajta i još efektivnijeg približavanja krajnim korisnicima Bekament proizvoda razvila novi alat – kalkulator termoizolacionih fasadnih sistema.

Kalkulator omogućava da se na jednostavan način dobije proračun potrošnje materijala i količine proizvoda potrebne za:

- ugradnju termoizolacionog fasadnog sistema na objektu,
- ugradnju termoizolacionog fasadnog sistema za podnožje fasade (sokle).

Shodno zadatim parametrima objekta na kojem se ugrađuje fasadni sistem i odabranoj vrsti izolacionog materijala, korisnik može da izabere broj godina garancije za ugrađeni sistem i dobije sažeti pregled svih potrebnih komponenta fasadnog sistema.

Kalkulaciju s proračunom potrošnje materijala moguće je preuzeti u PDF formatu.

BEKATHERM EPS TERMOIZOLACIONE FASADNE PLOČE



Kompanija Bekament u okviru svog portfolija raspolaže širokim izborom EPS ploča od ekspanziranog polistirena (stiropor) namenjenih za ugradnju u kontaktnim termoizolacionim fasadnim sistemima na stambenim i poslovnim objektima, kao i EPS ploča za potrebe termoizolacije na horizontalnim površinama, betonskim elementima kosih i ravnih krovova, a mogu se koristiti kao termoizolacioni sloj u sendvič panelima, sendvič zidovima i za termoizolaciju unutrašnjih zidova.

EPS ploče predstavljaju odličan toplotni izolator i garantuju visoku uštedu energije. Dugotrajne su i izdržljive. Odlikuju se jednostavnom obradom i zadržavaju postojan oblik i formu.

Pored EPS ploča od belog stiropora, na raspolaganju su i EPS ploče obogaćene grafitom koje pružaju 20% bolja termoizolacijska svojstva. Sve Bekatherm EPS ploče poseduju ETA sertifikat.

Stopkondenz



SK Wasserdicht

Elastična masa za zaptivanje



Trajno elastična, armirana dralonskim vlaknima

Prijanja na sve vrste materijala koji se koriste kod krovnih pokrivača



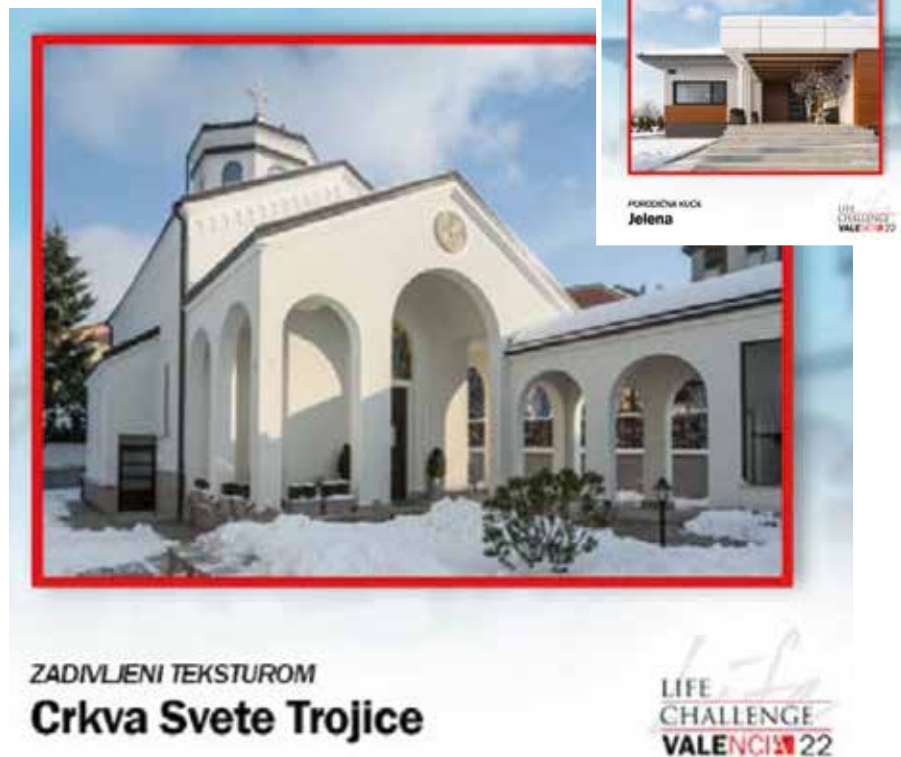
Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs

ENERGETSKA EFIKASNOST, IZOLACIJA NA PRVOM MESTU!



TERMOIZOLACIJA OMOTAČA ZGRADE
KAMENOM MINERALNOM VUNOM - PRVA I
NAJEFIKASNIJA MERA ENERGETSKE EFIKASNOSTI!

challenge.
create.
care.



BAUMIT

LIFE CHALLENGE – TAKMIČENJE ZA NAJLEPŠU FASADU EVROPE

Počelo je takmičenje za najlepšu fasadu Evrope Baumit Life Challenge, a ove godine prijavljeno je čak devet projekata iz Srbije! Od 7. februara do aprila možete učestvovati u javnom glasanju publike i na taj način podržati domaće projekte u borbi za titulu. Osim onlajn glasanja, o svim projektima (njih čak 300) odlučivaće i stručni žiri koji će izabrati one koji će ući u finale i biti prezentovani na svečanom događaju u Valenciji. Cilj takmičenja Baumit Life Challenge jeste da pokaže da postoji mnogo vrednog i kreativnog potencijala u fasadnim malterima i kombinaciji različitih materijala, tekstura i boja. Glasajte za svoje favorite na linku: <https://baumit.rs/lifechallenge2022/projects>



ERLAC MONODUR AQUA

MONODUR AQUA je mikronizovani akrilni osnovni premaz na vodenoj bazi, slabog mirisa, za unutrašnje i spoljašnje zidove i tavanice. To je proizvod nanotehnologije s česticama veličine 50 nanometara. Izuzetno dobro natapa površine u dubinu i širinu, veoma jako prianja, stabilizuje prašinu i dotrajae podloge, kao što su stare boje, malteri, gitovi, vodene disperzije, a da pritom omogućuje površinama da „dišu“. Pruža izvrsnu izolaciju, tako da sprečava „migraciju“ rastvorenih soli iz podloge, uz pomoć vlage, u završnu boju. Ima odličnu otpornost na alkalne površine. Lako se nanosi, odlično se razmazuje i brzo se suši. Blago je toniran da bi se videlo gde je nanesen, a da to ne utiče na učinak i pokrivnost završnih boja. Pogodan je za dečje sobe, škole i bolnice.

Nanošenje

Površina mora da bude suva i čista. Nove cementne ili gipsane površine moraju da budu potpuno suve pre nanošenja osnovnog premaza (najmanje 30 dana). Stare boje u lošem stanju treba da se obruse, a površine očiste. Raspadnuti delovi moraju se ukloniti i izgotovati. Razredite 50–100% vodom i nanosite jedan sloj valjkom, četkom ili pištoljem. Proizvod se suši na dodir za 30 minuta, a prefarbava za četiri–šest sati. Temperatura pri nanošenju: 5–35 °C. Učinak: 14–18 m²/l.

Classic



Povoljne cene dobar kvalitet

Nitro razređivač | Uljani razređivač | Karton za zaštitu

Žižol Neo Protect | Staklarski kit

Antirost | Firnis



ROMA
company

Boje • Fasade • Tapete

Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs



ROMA COMPANY

U godini jubileja park kod Ušća dobija na dar 30 sadnica

Povodom obeležavanja jubileja, 30 uspešnih godina poslovanja, Roma Company donirala je gradu Beogradu simboličnih 30 sadnica Atlaskog kedra čije će mladice krasiti površinu parka Ušće. U saradnji sa javno-komunalnim preduzećem „Zelenilo Beograd“ odabrana su baš ova stabla, jer je njihov značaj za ekosistem višestruko značajan.

„U svoje lično ime, i u ime JKP „Zelenilo-Beograd“, želeo bih da čestitam Roma Company njihov jubilej i da im se zahvalim što su izabrali da svoj važan dan obeleže sadnjom stabala u parku Ušće čime su pokazali da su prepoznali važnost očuvanja životne sredine, poboljšanja kvaliteta vazduha i uvećanja zelenog fonda grada. Naše Preduzeće svake godine, na javnim zelenim površinama posadi više od 5.000 stabala, a ove godine će taj broj biti veći od 8.500 stabala“, izjavila je Mirjana Obućinski, rukovodilac centra za informisanje JKP „Zelenilo Beograd“.

Roma Company, kao društveno odgovorna kompanija, aktivno učestvuje u zaštiti životne sredine pa je između



ostalih ova donacija samo jedna od planiranih aktivnosti u godini kada se obeležava jubilej od 30 godina od osnivanja.

„U godini kada obeležavamo jubilej, 30 godina od osnivanja i uspešnog poslovanja, organizovali smo niz aktivnosti koje želimo da sprovedemo u lokalnim zajednicama u kojima poslujemo. Roma Company, kao društveno odgovorno preduzeće, ima za cilj da pokloni 30 stabala svakom gradu u kojem poslujemo i da pored osnovne poruke o značaju životne sredine, ukažemo na jačinu, stabilnost i razvoj naše kompanije kroz godine koje su prethodile i koje tek dolaze“, izjavio je Radovan Vujašević, rukovodilac distributivnog centra Beograd, Roma Company.

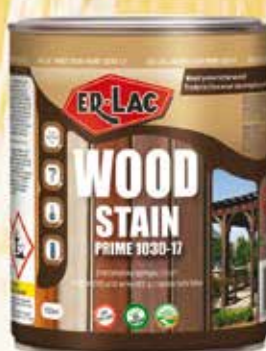
U narednom periodu, pored Beograda, po 30 sadnica Atlaskog kedra biće zasađeno i u Novom Sadu, Nišu, Kraljevu i Prijepolju.

Atlaski kedar, veličanstveni četinar poreklom iz severne Afrike, jako je i stabilno stablo koje pruža zaštitu mnogim živim bićima. Osnovne simboličke svakog drveta su rast, snaga i harmonija, a stablo kedra takođe šalje poruku o jednostavnom pristupu životu.

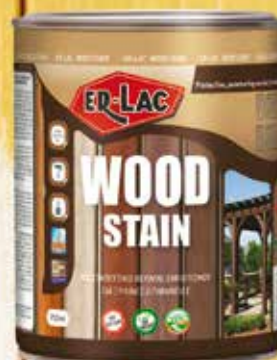
DUGOGODIŠNJA ZAŠTITA DRVENIH POVRŠINA

WOOD STAIN & AQUA STAIN

www.erlac.gr



WOOD STAIN PRIME 1030-17
Konzervacioni
premaz za drvo



WOOD STAIN
Ukрасni i zaštitni
natapajući lak za drvo



AQUA STAIN PRIME 2030-17
Konzervacioni premaz
na vodenoj bazi za drvo



AQUA STAIN GEL
Vodorastvorljivi natapajući
lak bez mirisa, na akrilnoj
bazi u obliku gela



AQUA STAIN
Vodorastvorljivi lak bez mirisa,
vrhunski zaštitni lak za natapanje

A man in a teal suit, white shirt, and purple tie stands in a hallway. He has his hands in his pockets and is looking directly at the camera. The hallway is dimly lit with recessed ceiling lights.

VLADIMIR SIMIĆ
*Direktor HELIOS Srbija
AD, Gornji Milanovac*

**HELIOS Srbija u 2021. godini postao je vlasnik
brenda Zorka Color, a time i tržišta i biznisa
vrednog 11 miliona evra**

**BRENDOVI SU
SIDRO
POVERENJA**

Recite nam nešto više o akviziciji brenda Zorka Color.

– HELIOS Srbija AD danas je članica Kansai Helios Coatingsa, evropskog ogranka šestog svetskog proizvođača boja i lakova, japanskog Kansai Painta. S tako visoko pozicioniranim strateškim vlasništvom, rast nije imperativ, ali se nekako nameće sam po sebi i ostvaruje na oba načina: organski (rastom redovne prodaje) i eksterno (kupovinom drugih firmi ili biznisa).

– Pravi primer za to je HELIOS Srbija u 2021. godini, jer je u redovnom biznisu ostvaren rast nešto iznad 20%, uz investicije veće od milion evra, pre svega u modernizaciju i širenje kapaciteta. Poslednjeg dana prošle godine, kupovinom osnovnih sredstava, brendova, receptura, kompletnog tehnološkog procesa i know-how, zaliha gotovih proizvoda i sirovina, HELIOS Srbija postao je vlasnik brenda Zorka Color, a time i tržišta i biznisa vrednog 11 miliona evra, čime su se stekli uslovi za znatan rast obima prometa i u 2022. godini.

– Uvereni smo da su jaki brendovi ne samo važan orijentacioni vodič za pojednostavljenje odluka u kupovini već i sidro poverenja, kojim povezujemo pozitivno iskustvo i kvalitet. HELIOS Srbija oduvek je imao jake brendove, s bogatom istorijom i dugom tradicijom, koji su se uspešno razvijali na tržištu. Zorka Color takođe se oslanja na dugu tradiciju i svoju prodaju ostvaruje i van granica Srbije kao kvalitetan i prepoznatljiv brend boja i lakova. Sa svojim podbrendovima, Zorka Color nudi sveobuhvatan i bogat portfolio za profesionalne i krajnje kupce.

– Ovom kupovinom, brend Zorka Color pridružuje se snažnoj evropskoj mreži i pripada jednom od najvećih proizvođača premaza, KANSAI HELIOS. Kao odgovoran vlasnik brenda, mi za primarni cilj imamo ojačavanje i pažljivo razvijanje brenda i imidža za koji se on zalaže. Gudmark Group odlučio se za nas kao budućeg vlasnika brenda ne samo zbog našeg tehničkog znanja i sposobnosti, iskustva i naprednih aktivnosti u istraživanju i razvoju već i zbog mnogih renomiranih brendova u našem domenu, koji su uspešni na tržištu dugi niz godina.

Šta su prednosti, a šta potencijalne mane akvizicije za vašu grupaciju?

– Akvizicijom brenda Zorka Color, širimo asortiman proizvoda i dodatno gradimo i jačamo

sopstvenu distributivnu mrežu, širimo i bolje popunjavamo proizvodne kapacitete. Dobijamo nove kvalitetne kupce, jer je procena da smo za 40% povećali broj maloprodaja koje imaju proizvode naše kompanije, povećavamo obim saradnje s postojećim kupcima i širimo zastupljenost na prodajnom mestu. Povećanjem broja programa u proizvodnji i prodaji i daljim investicijama u modernizaciju i proširenje kapaciteta, postavljamo nove ciljeve postepenog rasta prodaje i finansijskog rezultata.

– Radimo i razmišljamo samo pozitivno, šanse jesu velike, ali i izazovi. Prolazimo kroz složen i zahtevan integracijski proces. Taj proces, kao i upravljanje većim brojem Deko brendova, predstavlja osetljivu tačku, ali se nadamo da ćemo uspeli da sve implementiramo u naše redovno poslovanje i kompaniju HELIOS Srbija AD postavimo na jedno od najrespektabilnijih mesta u proizvodnji klasičnih premaza u Srbiji i regionu.

Kakvi su planovi u vezi s daljim razvojem brenda Zorka Color?

– Kupovinom brenda, osnovnih sredstava, tehnološkog procesa, receptura i know-how garantujemo da ćemo isporučivati isti kvalitet proizvoda na koji je tržište naviklo, kao i da ćemo proizvode držati dostupnim i u budućnosti. Dodatno ćemo zadržati i ojačati postojeću distributivnu korisničku mrežu. Za početak planovi se odnose na uspešnu integraciju u okviru naše grupacije, održavanje saradnje sa svim kupcima, izvođenje kvalitativnih zaključaka i donošenje strategije za budućnost usmerene na ukupan rast.

Kakva će biti politika prodaje s obzirom na vaš portfolio s različitim brendovima?

– Nukleus ove akvizicije je biznis Dekorative, koja čini 80% poslovanja Zorke Color. Trenutne politike prodaja naših redovnih brendova i brenda Zorka Color, održavanjem kontinuiteta daju nam odličnu polaznu osnovu. Na tržištu Srbije, gde imamo 60% od ujedinjene prodaje, Zorka Color dominantno ima prodaju direktno ka maloprodajnim kupcima, dok je politika prodaja za naše redovne brendove dominantno vezana za veleprodaje. Na izvoznim tržištima imamo sličnu razdvojenost, samo u suprotnom smeru, i to u celom procesu, pored velikog broja novih



kupaca, znatno veće zastupljenosti na policama, a time i većeg broja PROFY i DIY kupaca, što nam daje dodatnu snagu i veru u uspeh i razvoj.

Koja je vaša poruka tržištu boja i lakova nakon ove akvizicije?

– Pred nama su veliki izazovi, dalja modernizacija i povećanje kapaciteta, motivacija i unapređenje zaposlenih, reorganizacija i povećanje efikasnosti, ali siguran sam da ćemo kao i do sada pronalaziti najbolja rešenja za održavanje poslovanja. Ispunjavajući zahteve naših kupaca i potrošača, nastavljamo da budemo odgovorni i profesionalni i da pružamo izvanredne proizvode i usluge. Verujemo da ovom promenom zajedno gradimo održivu budućnost brenda Zorka Color i radujemo se daljoj saradnji s vama.

– Stabilni smo, imamo velikih planova i mogućnosti, pozitivni, otvoreni i maksimalno fokusirani na budućnost. Naši vlasnici su izuzetno zadovoljni postignutim, podržavaju nas na putu modernizacije i s te strane mogu da zahvalim svim našim partnerima jer je to i zajednički uspeh i pokazatelj da Srbija i privredno može ostvariti odlične rezultate, takve da i japanski vlasnik pokazuje veliko zadovoljstvo i podršku.

– Imajući u vidu prethodno, kao i, nadam se, prepoznat visok nivo komunikacije, preduzetljivosti i korektnosti u poslovanju, uvek ističem da je prava šteta ne raditi s nama, jer obezbeđujemo najširi mogući asortiman u branši, interesantni smo i u nabavci, stabilni smo i možemo da podržimo svakog ko želi da gradi istu takvu budućnost.

ZVEZDA

THE STAR IN YOUR HOME.

Za sigurno polaganje pločica.



TEMA

**GODIŠNJI TROŠKOVI PROSEČNE FARBARE
OKO 60.960 EVRA BEZ PDV-A**

**ZA OPSTANAK FARBARE POTREBNO OKO
250.000 EVRA bez PDV-a
godišnje**

Naša istraživanja iz 2019. godine pokazala su da je za funkcionisanje jedne prosečne farbare na mesečnom nivou bilo potrebno 4.580 evra, a ti ukupni troškovi u 2021. porasli su za oko 20%, taman onoliko koliko je porasla i prodaja. Najviše su porasli izdaci za plate i doprinose, zatim gorivo (skoro dva puta) i knjigovodstvene usluge

Piše: Irina Maksimović

Turbulentno vreme sa sobom nosi niz promena. Pandemija je mnogo šta oduzela, dodala, odnela, donela... Mi se, kao i uvek, trudimo da vas informišemo o svemu što može da bude značajno za stabilnost i rast vašeg posla. Ovom prilikom videćemo da li su farbare zadovoljne svojim prihodom u 2021. godini, koje su bile najveće promene i da li se isplati voditi maloprodaju.

Industrija o kojoj mi pišemo i kojoj smo posvećeni imala je sasvim zadovoljavajući period u kome su svi akteri uspeli da održe svoje poslovanje, a mnogi su ostvarili i veći promet. Povećanje cena u proteklih nekoliko meseci primećujemo u skoro svim oblastima privrede. Kada je reč o građevinskoj industriji, očigledno da porast cena sirovina i poluproizvoda s početka prošle godine nije uzrokovao velike promene u poslovanju. Rast u građevinarstvu procenjen je na oko 20% u 2021. Isti procenat, pa čak i veći u nekim segmentima, zabeležen je i u oblasti prodaje građevinskog materijala.

Verujemo da su mnogi vlasnici farbara zadovoljno sklopili svoje knjige za 2021, a naročito zbog činjenice da su u protekle dve godine mnoge druge privredne grane pretrpele veliku krizu. Nekima će se možda zbog svega toga učiniti da je otvaranje farbare sasvim dobra mogućnost za počinjanje novog posla. Moguće, ali treba biti oprezan, jer su dugogodišnje poverenje, izgrađeni poslovni odnosi i tačnost sigurno doprineli tome da igrači koji su već u poslu postignu dobre rezultate. Zato je veoma važno istaći da u ovom poslu najstabilnije rade porodične firme koje, zahvaljujući dugogodišnjem iskustvu, umeju da se prilagode tržištu i da na najbolji način prebrode krizna vremena. Pa, da vidimo kako se poslovalo u 2021.

U ovom istraživanju u obzir smo uzeli koliko koštaju zakup, plate, porezi i doprinosi za vlasnika i dva radnika, gorivo, amortizaciju, troškove režija, bankarskih i računovodstvenih usluga i ostalih redovnih mesečnih izdataka. Najveći trošak su plate i doprinosi, a za one koji nemaju lokal u svom vlasništvu, i najam lokala. Naravno, cene se veoma mnogo razlikuju u zavisnosti od lokacije, pa je tako iznajmljivanje lokala

KOLIKO KOŠTA MALOPRODAJNA RADNJA

U obzir je uzeto da jedna maloprodaja na godišnjem nivou treba da ostvari 243.840 evra bez PDV-a, s uračunatom prosečnom razlikom u ceni od 25%, na osnovu čega ostvaruje RUC od 60.960 evra – iznos neophodan za pokriće godišnjih troškova.

PROSEČNI MESEČNI TROŠKOVI JEDNE FARBARE

Zakup	500 €
Plate za dva radnika	1.000 €
Plata za vlasnika	1.000 €
Porezi i doprinosi na plate	1.300 €
Gorivo	300 €
Amortizacija	200 €
Režijski troškovi	150 €
Reprezentacija	100 €
Reklamni i kancelarijski materijal	80 €
Knjigovodstvene usluge	200 €
Troškovi bankarskih usluga	100 €
Ostali troškovi	150 €
Ukupno	5.080 €

u Beogradu i dalje mnogostruko skuplje nego u nekim drugim gradovima. Osim toga, nije isto ni da li je lokal u centru grada ili na periferiji.

Naša istraživanja iz 2019. godine pokazala su da je za funkcionisanje jedne prosečne farbare na mesečnom nivou bilo potrebno 4.580 evra, a ti ukupni troškovi u 2021. porasli su za oko 20%, taman onoliko koliko je porasla i prodaja. Najviše su porasli izdaci za plate i doprinose, zatim gorivo (skoro dva puta) i knjigovodstvene usluge. Postoje i značajne razlike u finalnoj računici, pa se, recimo, u farbarama u kojima rade dvoje ili troje iz porodice, troškovi smanjuju jer je posvećenost poslu maksimalna, a i veći deo prihoda, u koji spadaju i zarade, ipak ostaje u „kući“. A ako neko još ima i lokal u svom vlasništvu, onda je mogućnost za zaradu veća, te

firma može da priušti bezbedan i pristojan život cejoj porodici.

Miloš Gužvica, vlasnik Tehnotona iz Sremskih Karlovaca, ovako komentariše godinu koja je za nama:

– Uopšteno gledano, zadovoljni smo poslovanjem u 2021. godini. To je, naravno, uslovno rečeno, zbog poskupljenja i toga koliko je naš promet zapravo ispratio ta poskupljenja. Iako smo ostvarili određenu novčanu razliku, sam novac je obezvređen, tako da je to druga nepoznanica. Činjenica je da su svi osnovni troškovi porasli, gorivo, plate i slično. Poskupljenje tekućih troškova, međutim, nije ispratilo poskupljenje asortimana u našoj radnji. To je treća nepoznanica. U principu, ukoliko bih u obzir uzeo naše dugogodišnje poslovanje, mogao bih da kažem da smo dobro radili.

DA LI STE NA DOBROM PUTU?

KOLIKO PROMETA TREBA DA OSTVARITE PO MESECIMA KAKO BISTE OSTVARILI UKUPAN PROMET NEOPHODAN ZA POKRIĆE GODIŠNJIH TROŠKOVA IZ NAŠEG PRIMERA. TABELA JE URAĐENA NA BAZI PROCENTUALNOG UČEŠĆA PO MESECIMA NA NIVOU SRBIJE.

MESEC	PROMET SA PDV-OM
Januar	9,500.00 €
Februar	13,000.00 €
Mart	18,800.00 €
April	21,800.00 €
Maj	24,800.00 €
Jun	30,700.00 €
Jul	34,900.00 €
Avgust	37,300.00 €
Septembar	34,300.00 €
Oktobar	28,500.00 €
Novembar	23,000.00 €
Decembar	16,000.00 €
Svega sa PDV-om	292,600.00 €





Istraživali smo, zbrajali cifre i razgovarali s kolegama iz branše koji imaju maloprodaje. Došli smo do ovih brojeva koji ukazuju na porast prodaje, naravno shodno regularnim sezonskim skokovima i padovima. Situacija nije ista u svim delovima Srbije, kao što nije isto onima koji imaju manje farbare ili vlasnicima velikih prodajnih salona. Najveći broj farbara u Srbiji i dalje ima dvoje-troje zaposlenih, ali raste i broj onih koji svoje poslovanje proširuju. Sve u svemu, u ovim kriznim vremenima, uz teškoće koje sigurno postoje, oni koji su u poslu maloprodaje u ovom sektoru trebalo bi da budu zadovoljni svojim poslovanjem.

Prema rečima našeg sagovornika Vladimira Vasiljevića, vlasnika firme Superkolor iz Čuprije, nestabilne i povećane cene u proteklih godinu dana i te kako otežavaju poslovanje. Govoreći o troškovima, on kaže da nema novih kategorija, ali da su povećanje cena prevoza i minimalnog ličnog dohotka dve stavke koje

su sada najveći udar na poslovanje. Na primeru svoje firme, Vasiljević objašnjava:

– Nama je sada dnevni trošak, kada se uzmu u obzir zakup magacina, lični dohoci (tri radnika), knjigovodstvo i osnovni troškovi režije, otprilike 15.000 dinara. To, dakle, znači da je nama, ako uzmemo u obzir da nam je prosečna marža / razlika u ceni 15%, potrebno da svakog radnog dana imamo promet od 100.000 dinara samo za održavanje sistema maloprodaje. Iz toga se može zaključiti da svakog dana moramo da prihodujemo između 170.000 i 200.000 dinara da bi biznis ispunio cilj kome težimo. Kao što rekoh, prosečna marža iznosi 15%, a ide i do 30% na alatima, priborima i jeftinijim artiklima, dok u sektoru termoizolacije i gips-kartonskih sistema ne prelazi 5%. Tako je otprilike koncipirana i prodaja – najprodavaniji artikli u našoj maloprodaji su šrafovi za gips-kartonski sistem, zaštitna folija i zaštitna traka, dok



vrlo malo zaostaju artikli iz istog sektora, stiropor, polikolor, gips ploče i sl. Sve u svemu, trudimo se da širokim asortimanom (trenutno imamo oko 2.500 artikala), korektnim cenama i profesionalnim odnosom prema klijentima, pravimo dovoljno prihoda da se održavamo i da nešto zaradimo. Najveći stepeni rizika jesu nestabilne cene, solventnost klijenata i nezdrava konkurencija. Poslednje dve godine imali smo povećanje prometa od preko 20% (što je specifično, s obzirom na pandemiju), te ako se ta tendencija nastavi, planiramo otvaranje još jedne maloprodaje i dodatno širenje asortimana kako bismo niz od 31 godinu postojanja nastavili barem za još toliko.

Bio bih slobodan da zaključim da svaki biznis opstaje ako imate barem malo sreće, neprekidno se edukujete i u poslu maksimalno dajete sebe.

Bilo da se gradi bilo da se sređuju domovi i vikendice, očigledno da je u celokupnom građevinskom sektoru poslovanje burno i pozitivno. Zato možemo zaključiti da je i pored porasta pojedinih troškova, vođenje farbare, kao i proširivanje ili otvaranje nove radnje, posebno u zonama u kojima se gradi i gde će posla biti, dobar izbor za sve one koji su posvećeni poslu i žele da budu među najboljima.

Stopkondenz



POMOĆ U BORBI PROTIV VLAGE I BUĐI

Nova linija proizvoda



ROMA
company
Boje • Fasade • Tapete

Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs

TRENDOVI U SVETU KERAMIKE



Svet keramike, kao i sve ostale oblasti života, prolazi kroz velike i značajne promene poslednjih nekoliko godina. Nove ideje za osvežavanje i opremanje enterijera uvek su aktuelna tema

Na pomen keramike doskoro prvo bi se pomislilo na kupatilo ili kuhinju. Međutim, tokom poslednjih nekoliko godina, to se znatno promenilo. Keramika se koristi u svim prostorijama u enterijeru i eksterijeru, pa su samim tim i mogućnosti neograničene.

Nežni zemljani tonovi, neutralne boje i verno preneti detalji prirodne lepote mermera stvaraju spa osećaj u kome sada možemo uživati i u svojim kupatilima. Površina pločica vrlo verno odražava uzorak kamena, tako da se lako uklapa u različite enterijere. Neutralnost kamenih materijala omogućava stvaranje mirnih i opuštajućih ambijenata u domu, pa sve češće možemo videti upravo ovakve pločice u enterijerima.



Zahvaljujući naprednoj tehnologiji, imitacije drveta nikad nisu bile vernije originalu. Ideja o unošenju okoline u naše domove sve je popularnija, jer nas čini bližima prirodi, a ujedno deluje i opuštajuće na čoveka. Zbog toga su keramičke pločice u dezenu drveta postale popularne u svim tipovima prostorija. Osim

njih, sve više su zastupljene i kombinacije: drvo i beton, kamen i beton, drvo i metal.

Velikoj popularnosti keramike doprineli su i sistemi podnog grejanja, koji su sve više zastupljeni u različitim vrstama objekata, a finoća dizajna daje posebnu notu, koja je sada već postala prepoznatljiv element tog stila.



Nakon odabira odgovarajućih pločica za dom, potrebno je odabrati i odgovarajući lepak za postavljanje keramike. Pre njegovog nanošenja, podloga mora da bude nosivo sposobna, ravna, očišćena od prljavštine, masnoća i ostalih nečistoća. Preporučujemo **PALAS fleksibilni lepak za keramiku FLEXO**, koji je pogodan za sve unutrašnje i spoljašnje radove, kao i podno grejanje. Lepak naneti nazubljenom gletericom odgovarajuće dubine zuba na podlogu ravnim pokretima u istom smeru. Za unutrašnje zidne radove, lepak naneti na pločicu tako da minimum 65% njene poleđine bude prekriveno njime. Za unutrašnje podne i spoljašnje poslove uvek preporučujemo metod kontaktnog lepljenja, odnosno nanos lepka na celu površinu poleđine pločice, čime se postiže kontaktna površina veća od 95%. Na pločicu lepak nanositi takođe ravnim

pokretima, koji su paralelni s kraćom stranom pločice. Nakon nanošenja lepka, pločicu fiksirati i pozicionirati na predviđeno mesto tako da smer poteza na njoj bude isti kao smer nanošenja lepka na podlogu. Time izbegavamo stvaranje vazdušnih čepova i postizemo punu pokrivenost i spoj. Pločice postavljati tako da prostor između njih bude 2–15 mm. Prazninu između pločica ispuniti masom za fugovanje. Kvalitetan izbor lepka i pravilna ugradnja ključni su za odličan izgled i trajnost keramike u vašem domu.

Osim toga što je vrlo popularna poslednjih godina i pruža neograničene vizuelne mogućnosti, što će se, verujemo, nastaviti i u budućnosti, keramika ne zahteva nikakvo održavanje, osim povremenog brisanja ili usisavanja.



PERMA-WHITE®

Boja visokih performansi, na lateks - akrilnoj bazi koja pruža efikasnu zaštitu od buđi

Kompanija Zinsser bavi se bojama od 1845. Više od 170 godina, ostala je verna svojim principima inovacije, kvaliteta i rešavanja problema, isporučujući proizvode svetske klase za profesionalce u dekoraciji širom sveta. U svojoj dugoj istoriji, Zinsser se etablirao kao brend povezan sa jedinstvenim proizvodima koji rešavaju probleme i zadovoljavaju potrebe profesionalnih izvođača i majstora. Zinsser je deo Rust-Oleum korporacije, vodećeg svetskog proizvođača inovativnih boja, prajmera, premaza.

Jedan od vrhunskih, najpoznatijih proizvoda iz Zinsser asortimana, dobro poznat i na našem tržištu je PERMA-WHITE®.



Boja visokih performansi, na lateks -akrilnoj bazi koja pruža efikasnu zaštitu od buđi.

Boja PERMA-WHITE® idealna je za: stanove, podrumne, pekare, mlekare, bolnice, hotele, bazene, proizvodne hale, magacine i sve prostorije u kojima je potrebno prati zidove (kao što su objekti u kojima se proizvode prehrambeni proizvodi).

Za razliku od standardnih unutrašnjih boja, PERMA-WHITE® stvara snažni, izdržljivi, vodoperivi završni sloj koji podnosi vlagu i odbija prljavštinu.

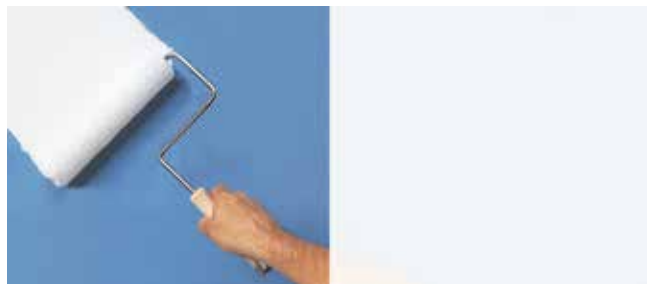
Izvrstan za upotrebu na svim unutrašnjim površinama.

Može se naneti na zidove ili plafone preko sledećih površina: maltera, glet mase, gipskartona, preko postojeće boje, metala, stakla, drveta ...

Prijanja i na glatke površine bez prethodnog hrapavljenja površine.

U većini slučajeva nije neophodna kupovina posebnog prajmera.

Nakon uklanjanja postojeće buđi, dva sloja PERMA-WHITE® će osigurati da bilo koji enterijer izgleda svetlo i lepo godinama.



Površina zida (plafona) mora da bude potpuno očišćena od prethodne buđi, bez prljavštine, masti, voska i potpuno suva ali ne samo na dodir već i hemijski - dubinski osušena. Da bi se postigao garantovani efekat protiv buđi neophodno je naneti dva premaza. Prvi premaz služi kao podloga za drugi, završni sloj. Nanosi se kao i sve boje za unutrašnje radove pomoću valjka, četke ili prskanjem airless uređajem. Brzo se suši. Drugi premaz može da se nanosi već posle dva sata (pri preporučenoj temperaturi i vlažnosti vazduha). Kada se PERMA-WHITE® nanosi u područjima visoke vlažnosti poput kupatila, neophodno je sačekati najmanje 24 sata pre izlaganja premaza visokoj koncentraciji vlage iz tuša ili kade. Puno prijanjanje i tvrdoću premaz dobija sedam dana po nanošenju.

PERMA-WHITE® je bele boje, ali može se tonirati za postizanje pastelnih i srednje jakih nijansi sa maksimalno 31 ml univerzalnog tonera po litru.

Pokrivnost - 10 m² po litru u jednom sloju. Dva sloja su neophodna.

PERMA-WHITE® nije namenjen za primenu na podovima ili bilo kojim površinama koje uranjanju u vodu ili su u dužem kontaktu sa vodom poput unutrašnjosti tuš kabina, sauna ili parnih soba.

NAPOMENA - Nanošenje bilo kog drugog finalnog premaza preko boje PERMA-WHITE® poništava njenu otpornost na buđ.

PERMA-WHITE® - pruža lep i dugotrajan završni premaz otporan na pojavu buđi

PERMA-WHITE® - je sam sebi podloga štiti završni premaz od pojave buđi

Dobra adhezija na glatkim i problematičnim površinama

Sasvim jednostavna aplikacija

Izdržljiva, periva, površina otporna na vlagu, buđ

Slab miris

Brzo sušenje

Odlična pokrivna moć

Otporan na sakupljanje prljavštine

Aleksandar STOPAR

Direktor tehničke

podrške brenda

Ceresit, Henkel Srbija



TEHNOLOGIJA UNAPREĐUJE GRAĐEVINU

Kako biste ocenili građevinsku industriju? Koje biste segmente izdvojili kao uspešne, a za koje smatrate da postoji mesto za poboljšanje?

– Građevinska industrija doživljava neverovatnu ekspanziju u svakom smislu te reči. Skoro svi sektori u vezi s građevinarstvom beleže vrtoglavi rast plasmana svojih proizvoda i usluga i pravo je zadovoljstvo videti ovaj sektor kako raste i razvija se. Kao i druge, i građevinska industrija kontinuirano usavršava rešenja i primenu proizvoda koji doprinose zaštiti životne sredine. Kao nepoznanica izdvaja se pravac u kom će se kretati dostupnost određenih sirovina i materijala u budućnosti. Ovo je značajna tema i najvažnije je da imamo snažno partnerstvo s dobavljačima, da održavamo sigurnost isporuke kao i do sada i da samim tim obezbedimo siguran plasman i distribuciju proizvoda. Na taj način pružamo oslonac našim partnerima u pravljenju poslovnih planova za budućnost.

Koji su, po vašem mišljenju, najvažniji trendovi u građevinskoj industriji i na koji način odgovarate na njih?

– U poslednjih nekoliko godina prestalo je da postoji nešto što se zove građevinska sezona i periodi kada građevinci miruju. Nema više podele, postoje samo delovi godine kada je potrebno da se pronađu adekvatni materijali koji mogu da prate određene mikroklimatske uslove i da se sama njihova aplikacija prilagodi nastalim uslovima. Rekao bih da je ovo ključna prekretnica koju prate važni trendovi. Veoma je bitno da građevinci i sami investitori prihvate nastalu situaciju i prilagode se preporučenim specijalnim materijalima koji su primereni za radove u nestandardnim uslovima, odnosno dinamičnom izvođenju, da bi dobili kvalitetno urađen posao. Širina asortimana brenda Ceresit omogućava vam da izaberete adekvatan materijal koji će ispuniti dinamiku izvođenja i dati pravi odgovor na nestandardne mikroklimatske uslove. Još jedan od ključnih trendova koji se pojavljuju

jeste upotreba materijala koji su prvobitno bili namenjeni za industriju, a sada se uz manju modifikaciju koriste i u rezidencijalnim, privatnim objektima. Jedan od primera je upotreba epoksidnih CE 89 fug masa i lepkova u privatnim kupatilima. Usled činjenice da se kupatilo danas koristi mnogo više nego pre nekoliko decenija, kao i dostupnosti agresivnih hemikalija, ovaj materijal idealan je za upotrebu u kupatilima, ali i kuhinjama. Širina nijansi, UV postojanost, uz revolucionarnu, patentom zaštićenu tehnologiju, daje po svim standardima superioran i postojan materijal, što nije bilo moguće u prošlosti.

Kada uporedite građevinsku industriju od pre pet godina sa situacijom danas, šta biste izvukli kao glavne zaključke?

– Usled nezadrživog tehnološkog razvoja, informacije se kreću izuzetno brzo, te je stoga sada sve dostupno za relativno kratko vreme, od samih materijala, alata i tehnologija ugradnje do razmene mišljenja korisnika o pojedinim proizvodima, investitorima i sl. Korišćenje interneta širi vam vidike i polje delovanja kao nikada pre, jer ste na „jedan klik“ od svih potrebnih informacija. Svesni smo da se mnogo mladih majstora edukuje na internetu, pa smo krajem 2020. godine pokrenuli seriju onlajn tehničkih prezentacija i naišli na ogromno interesovanje. Drugu sezonu nastavili smo krajem 2021. godine i ona i dalje traje. Na početku je ovo bilo naše rešenje da nastavimo prezentacije za majstore i za vreme pandemije, a sada vidimo dobre efekte takvih edukacija koji će nam svima koristiti i kada se pandemija konačno završi. Za dve sezone ispratilo nas je na hiljade majstora, vidi se veliki pomak kako u našim digitalnim veštinama i načinu izvođenja prezentacija tako i u sve kvalitetnijim upitima koje dobijamo od učesnika na prezentacijama. Pre pet godina nismo zamišljali da će naš tim preko kamere pokazivati primenu proizvoda, ali to se desilo, i bilo je veoma uspešno. Osim toga, i potencijalni investitori traže mogućnost da se brzo povežu sa izvođačima, pa stoga ulažemo i u ovaj segment na opšte zadovoljstvo svih učesnika u kompletnom procesu.

X-PROFI TOOLS

Za brzo i lako uklanjanje fuga



Grout Out

+ Izdržljiv motor + Ne stvara prašinu
+ Ne oštećuje pločice + 3 brzine rada

 **ROMA**
company
Boje • Fasade • Tapete

Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs



SUPERFINISH SF 23 CR

INJEKTIRANJE I SANACIJA

BETONSKIH POVRŠINA

Moćna membranska pumpa za preciznu profesionalnu sanaciju betona i injektiranje pukotina

Beton je podložan progresivnom procesu starenja. S vremenom, usled mehaničkih, hemijskih i fizičkih uticaja na njemu mogu nastati oštećenja, koja narušavaju izgled betona, ali i predstavljaju bezbednosni rizik. Konstrukcije poput podzemnih parkinga, mostova, tunela, tornjeva, vijadukta, industrijskih postrojenja posebno su podložne visokom stepenu habanja zbog svoje funkcije i stoga moraju redovno da se održavaju. Osim mera preventivnog održavanja betona, potrebne su i dodatne mere restaurativnog održavanja nakon oštećenja.

Postoje različite tehnike sanacije i raznoliki materijali koji WAGNER tehnologijom injektiranja mogu da se obrade.

Cilj restauracije je frikciono spajanje pukotina i šupljina kako bi se vratila izvorna snaga i stabilnost. Specijalna tečna smola dovodi se kroz bušaće pakere u procesu niskog pritiska do pukotina.

Koji će se materijal koristiti u procesu injektiranja zavisi od područja aplikacije. To mogu da budu:

- 1) mineralni materijali,
- 2) reakcione smole,
- 3) akrilni gelovi.

Wagner SuperFinish SF 23 CR je moćna membranska pumpa, posebno projektovana i razvijena kao pumpa za injektiranje. Pouzdan je pomoćnik za restauraciju zidova, borbu protiv oštećenja od vlage i vode i restauraciju betona

epoksidom, poliuretanskom PU, SPUR penom ili vodenim rastvorima.

Glava pumpe i membrana posebno su prilagođene opterećenjima za upotrebu u injektiranju.

PREDNOSTI **POUZDAN I SNAŽAN**

Zahvaljujući svom robusnom dizajnu, SuperFinish 23 CR jedna je od najpouzdanijih pumpi te vrste. Servis, čišćenje i održavanje mogu se obaviti na licu mesta zahvaljujući manjem broju elektronskih komponenata.

FLEKSIBILNOST U **PRIMENI**

Zahvaljujući širokom spektru dodataka, kao što su fleksi-

bilni i čvrsti usisni sistemi, kao i gornji kontejner, dvo-
poziciona kolica, pumpa je maksimalno fleksibilna u
primeni.

JEDNOSTAVAN TRANSPORT

Kolica su podesiva po visini i imaju podesivu kuku za
vuču.

IZDRŽLJIV

Svi delovi kroz koje prolazi materijal izrađeni su od
izdržljivog nerđajućeg čelika, što omogućava i upotre-
bu abrazivnih materijala. Motor bez četkica: bez odr-
žavanja i apsolutno pouzdan.

SVESTРАНOST

Uređaj je pogodan za aplikaciju epoksida i poliuretana
(PU), SPUR pena, vodena rešenja za popravke i
injektiranje betona, kao i za dezinfekciju. Jednostavan
je za upotrebu u kombinaciji sa standardnim,
komercijalno dostupnim pakerima. Stabilne
komponente omogućavaju hemijsku, abrazivnu i
reaktivnu obradu materijala.



DUOPLUS SYSTEM OD SADA KOD SVIH HARDY VALJAKA

DOSADAŠNJI SISTEM:
JEDAN NOSAČ U SREDINI



DUOPLUS SISTEM:
DVA NOSAČA, SA OBE
STRANE VALJKA



✓ Do sada DuoPlus je bio dostupan samo kod Hardy Premium valjaka.

✓ U oktobru 2021. HARDEX prestaje da proizvodi valjke s jednim nosačem i prelazi na proizvodnju po sistemu DuoPlus koja koristi dva nosača na valjku.

✓ Promena se odnosi na sve HARDY valjke

⌀ 58 mm

⌀ 48 mm

DUOPLUS KONSTRUKCIJA



ZATVARAČ I NOSAČ
FORMIRAJU ČEP KOJI
SPREČAVA PRODIRANJE
FARBE U LEŽIŠTE



BRŽE, JEDNOSTAVNIJE, LAKŠE I EFIKASNIJE FARBANJE

RAVNOMERNO POKRIVANJE BOJOM CELOM ŠIRINOM VALJKA

Ravnomeran pritisak tokom farbanja zahvaljujući nosačima sa obe strane valjka

SAVRŠENO OKRETANJE VALJKA

Nema zaglavlivanja.

ERGONOMIJA

Olakšana upotreba.

EKONOMIČNOST

Zahvaljujući čepovima sa strane, farba ne prodire u ležište valjka; nema gubitka materijala.

SAVRŠEN KVALITET FARBANJA

Sistem sprečava kapljanje viška farbe i nepotrebno prskanje.

JEDNOSTAVNO ZA ČIŠĆENJE


Višak farbe ne ostaje u valjku.



DuoPlus

HYDROSOL DECOR

DEKORATIVNI SISTEM ZA OBRADU ZIDOVA I PODA KOJI EFIKASNO ZAMENJUJE KERAMIČKE PLOČICE



HIDROSOL Decor je dekorativni hidroizolacijski sistem za zaštitu vlažnih površina koji efikasno zamenjuje klasične keramičke pločice.

Njegove osnovne prednosti su:

- Dekorativni sistemi za renoviranje odličan su izbor za sanaciju površina sa već postojećim keramičkim pločicama. Omogućavaju vam brzo renoviranje kupatila, lako, bez prašine i lomljenja postojećih pločica, a uz to dobijate kupatilo po poslednjim modnim trendovima. Sistem se koristi za sanaciju kako podnih tako i zidnih površina.
- Odlično prijanjanje omogućava izvođenje na različitim površinama. Može se nanositi direktno na beton, košuljicu, krečno-cementni malter ili na gipsane ploče i druge elemente suvomontažne gradnje. U renoviranju se može primeniti direktno na postojeće keramičke pločice.
- Jednostavno održavanje jedna je od najvećih prednosti sistema HIDROSOL Decor. Čišćenje je izuzetno lako, budući da se sistem postavlja besprekorno, nema spojeva kao u klasičnoj verziji s keramičkim pločicama na kojima bi se mogla nakupiti prljavština, tako da ga jednostavno očistimo klasičnim sredstvima za čišćenje. To dodatno štiti zaptivne mase koje sistemu produžavaju životni vek i štite ga od pojave algi i plesni.

U zavisnosti od željenog konačnog efekta, možete birati između različitih izgleda podova i zidova:

Dekorativni sistemi za obradu zidova:

- **HIDROSOL Decor topping**
- **HIDROSOL Decor smooth wall**

Dekorativni sistemi za obradu podova:

- **HYDROSOL Decor smooth floor**
- **HYDROSOL Decor classic**
- **HYDROSOL Decor beton look**

Glavne prednosti ovog dekorativnog sistema za zidne i podne površine bez pločica jesu:

- izuzetna hidroizolacijska zaštita,
- potpuna vodoodbojnost,
- lako održavanje i čišćenje (viši nivo higijene),
- dodatna zaštita od pojave algi i plesni,
- izvanredan estetski efekat,
- nemerljive mogućnosti kombinovanja nijansi boja,
- jednostavna upotreba, bez razbijanja starih keramičkih pločica.

DEKORATIVNA TEHNIKA S PROIZVODOM HYDROSOL DECOR BASE

1. HYDROSOL Decor topping – polirani beton sve je popularniji u kupatilima, kuhinjama, na stepeništima... Može biti u dva osnovna oblika: HYDROSOL Decor topping classic i HYDROSOL Decor topping relief.

2. HYDROSOL Decor smooth wall – sistem glatkih zidova koristi se za glatke čvrste zidove na kojima ne želite dekorativne tehnike već samo bojenje u nekoj od 10.000 nijansi koje su u ponudi.

PRIMER ZAVRŠNOG IZGLEDA DEKORATIVNIH TEHNIKA HYDROSOL DECOR TOPPING I HYDROSOL DECOR

HYDROSOL Decor



HYDROSOL Decor smooth floor
050 D



HYDROSOL Decor classic
020C



HYDROSOL Decor smooth floor
050D + 020C



HYDROSOL Decor classic
bela + 010F



HYDROSOL Decor beton look
040D



HYDROSOL Decor beton look
040D + DIPi Super color črna 95

HYDROSOL Decor topping



HYDROSOL Decor
topping relief
040B



HYDROSOL Decor
topping relief
white



HYDROSOL Decor
topping classic
030D



HYDROSOL Decor
topping classic 020D +
DECOR Desert black



HYDROSOL Decor
topping classic
050E + 050F



HYDROSOL Decor
topping classic
010B

DEKORATIVNA TEHNIKA S PROIZVODOM HYDROSOL DECOR FLOOR

- 1. HYDROSOL Decor smooth floor** – sistem glatkih podova koristi se za glatke čvrste jednobojne podove.
- 2. HYDROSOL Decor classic** – tehniku krase nežni i elegantni stil koji iz različitih uglova drugačije izgleda. Ako se tehnika gleda direktno, dekorativni efekat gotovo je nevidljiv, a kad se posmatra pod uglom, dolaze do izražaja potezi gleterice koji stvaraju diskretnu dekoraciju.
- 3. HYDROSOL Decor beton look** – pruža izgled neobrađenog sirovog betona koji je veoma popularan za uređenje enterijera.

Proizvodi koji predstavljaju osnovu sistema HYDROSOL Decor su:

HYDROSOL Express 1K – ready to use
vodoodbojna masa



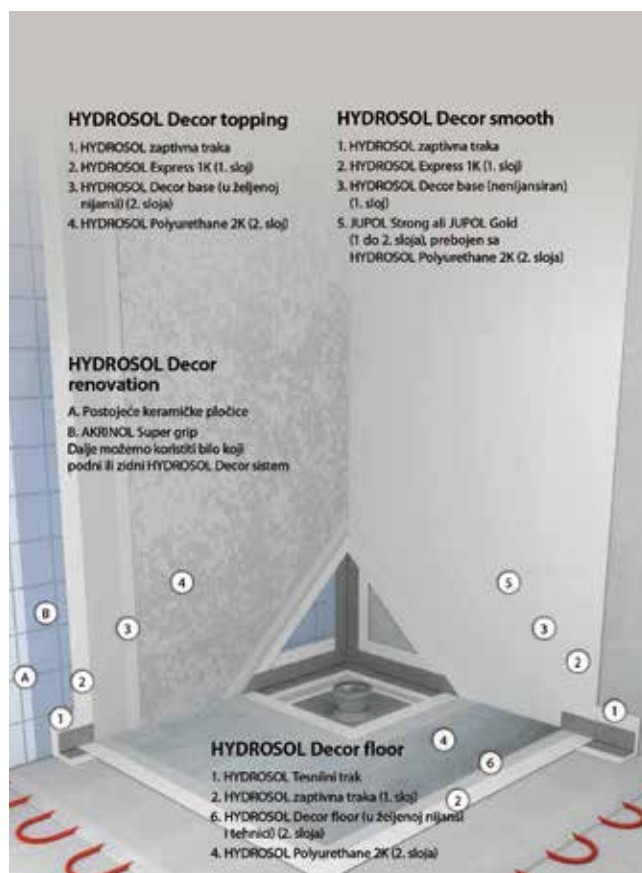
HYDROSOL Decor base – dekorativna
vodoodbojna zidna zaštita



HYDROSOL Decor floor – dekorativna
vodoodbojna podna zaštita



HYDROSOL Polyurethane 2k –
visokoodbojni transparentni premaz



WAGNER



Savršen za nanosenje lakova i lazura



Savršen za nanosenje zidnih boja

CLICK & PAINT

Paint dizajn omogućava jednostavno postavljanje i čišćenje, kao i brzu promenu boja i materijala.



BOJA NANETA U REKORDNOM VREMENU.

Tako lako, tako čisto!



W450

SISTEM ZA NANOŠENJE UNUTRAŠNJIH ZIDNIH BOJA

Sa W450 možete jednostavno i brzo nanositi sve vrste unutrašnjih boja za zidove. Ručku sa rezervoarom držite u ruci, dok turbinu nosite na ramenu ili držite na podu. Takođe možete precizno prskati oko vrata i prozora. ISPRAY mlaznica omogućava veoma fino, precizno nanošenje i odličnu pokrivenost. Mlaz i volumen boje je u potpunosti podesiv. Kada je posao završen, pištolj se može lako odvojiti radi brzog čišćenja sistema.

Performanse: 15m² / 10min

Protok materijala: prilagodljiv, 0-230 ml/min

Snaga atomizacije: 130W

Potrošnja energije: 460W

Kapacitet rezervoara: 1300ml

Dužina creva: 1,8m



W100

PIŠTOLJ ZA PRSKANJE KOMPLET

Idealno rešenje za farbanje prozora, ograda, nameštaja, za drvene ili metalne površine, za sve male i srednje projekte. Za nanošenje boja na vodenoj ili sintetičkoj bazi, lakova, lazura, prajmera, emalja lakova...

Zahvaljujući visokoj moći atomizacije materijala možete dobiti idealan rezultat, na najbolji način obojiti drvene ili metalne površine.

Možete postići brzu, savršenu završnu obradu u bilo kojoj poziciji i u bilo kojem smeru rada, čak i kada prskate predmete ispod Vas ili radite iznad glave ili bojite teško dostupne uglove, ćoškove.

- Potpuno podesiv protok boje za preciznu kontrolu pri nanošenju.
- Click & Paint ručica za brzo i jednostavno menjanje posude za boju, njeno ponovno punjenje ili čišćenje.
- 3 podesiva smera prskanja vertikalno, horizontalno ili detaljno.
- HVLP tehnologija za minimalnu potrošnju.

Snaga motora: 280 W.

Snaga raspršivanja: 65 W.

Max protok boje: 0 - 110 ml / min.

Max. viskozitet: 90 DIN sec.

Kapacitet rezervoara : 800ml.



FLEXIO 590

VIŠENAMENSKI SISTEM

Flexio 590 je savršen višenamenski sistem za sve vrste projekata u kući i bašti. Zidovi, plafoni, ormari, nameštaj, vrata, ograde, garažna vrata, terase, oluci, garniture za sedenje... Snažna X-Bost turbina daje dovoljno snage za aplikaciju uobičajenih boja čak i nerazredjenih! Flexio 590 je najbrži uređaj u svojoj klasi. Sa brzinom od 3m² u minuti možete prosečan dnevni boravak obojiti već za 12 minuta. Sa podešivim pritiskom, snaga turbine može se podešavati tako da odgovara bilo kojoj vrsti premaza. iSPRAY™ mlaznica omogućava zidnim i lateks bojama veoma fino, precizno nanošenje i bolju pokrivenost. Umesto nanošenja dva sloja boje četkom ili valjkom, nanosite istu količinu boje za upola manje vremena. Flexio 590 dolazi u kompletu sa PerfectSpray-om namenjenom nanošenju lazurnih i lak premaza u čvrstoj plastičnoj kutiji.

Snaga: 630W
Max protok boje: 0-500ml/min
Viskozitet: 4000 mPas

POWER PAINTER 90 EXTRA HEA

BRZ, ČIST, SAVRŠEN – AIRLESS SISTEM ZA NANOŠENJE BOJE

Pouzdan, brzi svestran u upotrebi, spreman je kad god je potrebno za jednostavno, brzo i ravnomerno nanošenje boje.

Tipični projekti, unutrašnji i spoljašnji, pokrivaju razne primene, uključujući zidove, plafone, vrata, okvire vrata, čelične grede, prozorske kapke, šupe, ograde, brodske podove, garaže i još mnogo, mnogo toga!

Dostupna i verzija bez kolica



HEATGUN FURNO 300

ELEKTRIČNI TOPLOTNI PIŠTOLJ

Idealan za početnike, manje projekte ili lagani rad u kući i oko nje poput uklanjanja stare boje i podnih obloga, savijanja plastike, otapanja zamrznutih cevi, potpaljivanja roštilja... Ergonomski projektovan, savršeno prijnan u ruci smanjujući zamor u radu. Dva nivoa temperature od 400 °C do 575 °C. Mlaznica je otporna na koroziju i ima poklopac otporan na toplotu. Odstranjivi kabl omogućava jednostavno skladištenje pištolja.

Raspon toplog vazduha - 400°C/575°C
Dve podešive brzine rada
Dva nivoa podešavanja toplote
Toplotni kapacitet: 675 l/min
Snaga: 1600 W

HANDI ROLLER

PRAKTIČAN TELESKOPSKI VALJAK SA REZERVOAROM

Sa Wagner Handi valjkom sada možete nanositi boju komforno i lako. Možete ulepšati svoje zidove bez penjanja i prosipanja boje. Boja se ovde jednostavno i u željenoj meri upumpava u valjak iz integralnog rezervoara. Svako može odrediti svoju brzinu rada. Namenjen za unutrašnje radove, za rad sa bojama na vodenoj bazi ili na bazi rastvarača, lateks boje, lazurne premaze.

Kapacitet rezervoara: cca 550ml

- Težina (verzija sa kolicima): 23 kg
- Dužina creva: 15 m
- Snaga motora: 800W
- Napon: 230 V / 50 Hz
- Maks. veličina mlaznice: 0,019"
- Maks. radni pritisak: 200 bara, (20 MPa)
- Maks. brzina isporuke: 1,9 l / min
- Maks. protok pri pritisku od 120 bara (12 Mpa): 1,6 l / min
- Maks. Viskoznost: 20.000 mPas





*Piše: Vladimir Miletić,
poslovni konsultant i trener*

„Ti znaš ko te je doveo ovde i šta sam sve učinio za tebe. Gurao sam te kad god sam mogao. Mogao sam da biram između tebe i malog Đurića, ipak sam izabrao tebe. Da te nisam preporučio, ne bi nikada dobio priliku da rukovodiš kreditnim odeljenjem. Istina, bili su u rasulu i nismo znali šta da radimo s njima, ali svaka čast, napravio si odličan tim. Priznajem, nisam verovao da ćeš uspeti. Bilo kako bilo, pomogao sam ti i sada je vreme da vratiš dug.”

Radiša sedi nepomično i sluša Obrada dok sede u njegovoj, stilskim nameštajem uređenoj kancelariji. Možda bi mu više prijale udobne kožne fotelje u kojima su sedeli, možda bi mu više prijao i viski s ledom koji ga je čekao

na stolu da nije već unapred slutio šta je tema sastanka. Sedeo je kao na iglama čekajući da mu Obrad saopšti dug. S povijenim ramenima i dlanovima skrivenim između kolena, ličio je i on na sve one nesrećnike koje su u banci nazivali ovcama, a koji su dolazili kod njega s molbom da im se oprostite dugovi jer nisu znali da će švajcarski franak ojačati i da će im kamate narasti više od glavnice. I Radiša je pred Obradom strepeo da će mu tražiti nešto što ne može da ispuni. Što će ga osiromašiti.

Obrad sluti o čemu razmišlja mladi menadžer. Ne htede da ga muči dodatno, već odmah pređe na stvar.

„Neću ti tražiti mnogo zauzvrat. Jesmo bankari, ali imamo i mi dušu.” Kada je izgovorio poslednju reč, Obrada

ZELENAŠKE KAMATE

uhvati neobuzdan smeh. „E, baš o tome se radi, moj Radiša! O duši! Tačnije Dušici. Mojoj Dušici. Hoću da premestim Dušicu negde kod tebe. Ja ne mogu da je zadržim u svom odeljenju, znaš kakvi su ljudi, jedva čekaju da ispiraju usta tuđim ličnim stvarima. A i ovi oko mene, majku im špijunsku, jedva čekaju da pronađu nešto čime bi me potkopali pred strancima. Ako bude kod tebe, biće manje sumnjivo. A i valjaće vam, da se ne lažemo. Video si kakva je, prava bomba! Doduše, provukla se na fakultetu, sve šestice je imala, ali ko još gleda znanje. Moći ćeš s njom da uvaljuješ duplo više kredite, pored nje neće niko ni pogledati u sitna slova. I eto dobitne kombinacije za obojicu. Ti uvaljuješ, ja povaljujem! Ha-ha-ha-ha”, umalo se ne zagrcnu Obrad tresući se od napada duhovitosti.

Radiša nevoljno pristade da u svoje odeljenje primi Dušicu. Brinuo se kako će objasniti svom timu na osnovu čega je načinio izbor. Nekoliko puta odbio je vrhunske i obrazovane kadrove jer nisu ispunjavali najviše kriterijume, a sada prima damu kojoj je mesto pre u nekom rijalitetu nego u firmi.

„Dug je dug i mora se platiti”, uzdahnu Radiša i klimnu glavom Obradu i njegovoj „molbi”. Imao je plan da izmisli novo radno mesto u administraciji na koji će primiti Dušicu na određeno, a posle za stalno, isto onako kao što svi oko njega rade.

Mislio je Obrad da će se lepa Dušica zadovoljiti zavođenjem faktura i ponuda. Međutim, nju je više interesovalo da zavodi red. Osetila se pozvanom da šefuje i određuje ko će šta da radi. Najčešće rečenice koje je izgovarala bile su: „Zašto ja, a ne neko drugi?”, „To

nije moj posao...”, „Ja ne mogu da radim danas, boli me stomak...”.

Nezadovoljnim kolegama pripretila bi kada bi se usprotivili njenoj samovolji:

„Ja mogu da okrenem i jedan telefon, ali ne znam šta ćeš ti posle toga...”

Uskoro je na sastancima koje je Radiša držao svake nedelje glavna tema bila Dušica i traženje da se pod hitno skloni. Radiša ih je nevešto umirivao uveravanjima da će popričati s njom, da smo svi bili takvi na prvom poslu i da ne treba da obraćaju pažnju na nju već da se usredsrede na posao kojeg ionako ima isuviše. Sve se više nervirao i trudio da samog sebe umiri. Sve dok jednog dana Dušica nije napravila veliki propust. Zakasnila je sa slanjem tenderske dokumentacije za ozbiljan projekat na kojem je čitava firma radila nekoliko meseci. Radiša nije mogao da se suzdrži. Kao kada se brana otvori i reka izlije na sve strane, tako su i Radišine reči plavile sve na šta su naišle. Svašta joj je rekao. Da je nesposobna, da je trapava, da bolje da je ugradila silikone u mozak umesto u usne i grudi.

Sutradan je pozvan na sastanak kod Obrada.

„Pod jedan, Radiša, ja sam ti poslao ovo dete da ga zaštitiš i uvedeš u posao, a ne da pustiš da je rastrgnu kojekakvi pitbulovi koje ti gajiš u svom odeljenju. A pod dva, nemam, bre, ja vremena da po hotelskim sobama tešim žene i brišem im suze. Razumeš li ti to čoveče?! Da sam to hteo, izveo bi’ je na ’Prohujalo sa vihorom’!”, vikao je Obrad ne dajući Radiši da dođe do reči.

BOJA ZA KADE

Boja izuzetne tvrdoće i sjaja koja se koristi za:



Made in Italy

- Sanitarne kade ✓
- Kade od fiberglasa ✓
- Tuš kade ✓
- Umivaonike ✓
- Sudopere ✓
- Keramičke pločice ✓



BEOGRAD, N. Beograd, Bulevar M.Pupina 199A, 011/260-51-20; **Zemun**, Ugrinovačka 206, 011/261-51-61, 316-13-56; **Bežanija**, Vojvodanska 2, 011/627-60-64; **Vračar**, Maksima Gorkog 71, 011/344-71-71; **Voždovac**, Vojvode Stepe 26, 011/246-00-32; **Čukarica**, Lazarevački drum 21, 011/755-44-63; **Zvezdara**, Dimitrija Tucovića 107, 011/243-3357; **Dorćol**, Žorža Klemansoa 18a, 011/728-01-22; **N. Beograd**, Španskih boraca 3a, 060/222-40-10; **Banjica**, Paunova 12b, 011/398-45-65; **LOZNICA**, Vojvode Putnika bb, 015/88-94-43; **NIŠ**, Pantelejska br. 67, 018/421-27-92



Boje • Fasade • Tapete

www.roma.rs

**Sve knjige
Vladimira Miletića
iz kojih preuzimamo priče
mogu se poručiti putem sajta
www.vladimirmiletic.rs**



„Znate, ona je pogrešila... znate, napravljena je šteta... kompanija će izgubiti... stvar je jasna ko dan... svi zaposleni to vide... nije bio takav dogovor...”, mucao je Radiša dok je pokušavao da uveri direktora da njegova štíćenica nije dobro rešenje za njegov sektor.

„Očekujem od tebe da joj se izviniš i da preduzmeš sve što je potrebno da ona bude poštovana u tvom odeljenju. I kakav posao si joj dao. Da zavodi poštu? Pa je l' ti stvarno očekuješ da neko na takvom poslu pokaže šta ume? Već sutra želim da joj daš funkciju spram njenih kvaliteta. Ako nećeš ti, naći ću već nekog ko će umeti da ceni ono što je od mene dobio. A ti, Radiša, pazi šta radiš. Obrada je bolje imati za prijatelja nego za neprijatelja. Na tebi je da izabereš...”, nije ni sačekao Obrad da Radiša odgovori, već mu je prstom pokazivao ka vratima kao znak da je sastanak završen.

Na narednom sastanku tima svi su se nemo zgedali dok se Radiša znojio objašnjavajući sopstvenu odluku da Dušica postane njegova zamenica. Mislili su da sanjaju ili da su kao Alisa ušli u zemlju čuda, i da ovaj ljudi šeširdžija samo liči na njihovog direktora, ali nika-ko nije on. Jer, on ne govori tim nerazumljivim jezikom gde razumeju tek pokoju reč, a i tih nekoliko im nije jasno:

„Dušica... ostvarila veliki napredak... zahvaljujući potencijalima koje ima... požrtvovana i širokogrudna... zasluženno unapređenje... očekujem da je prihvatite i poželite joj dobrodošlicu... njena naređenja su i moja...”

Sa sastanka su izašli pijani kao s lanjske novogodišnje proslave, samo što su se tada stvarno napili jer su imali veliki razlog – proglašeni su za najbolji tim u kompaniji. Sada sede i gledaju onog koji je doprineo da postanu najbolji tim i posmatraju novu zamenicu koja turpija نکته dok je šef promoviše.

Đorđe je prvi otišao za nekoliko nedelja u konkurentsku banku, Zvonko je zatražio premeštaj u okviru kompanije i dobio ga, Maja je zatrudnela i otišla odmah na bolovanje, Slavko je rešio da pokrene svoju firmu.

Rezultati su bivali sve lošiji i lošiji. Radiša je sve češće bio tema na sastancima Uprave. Jednog dana Obrad ga je ponovo pozvao.

„Sve sam pokušao, znaš i sam da im ne bih dozvolio da te zbog sitnice sklone. Ali rezultati su ti stvarno očajni. Bar da ste prošlu godinu stigli. Ali šesnaest posto manje, moj Radiša...”, ravnim glasom saopštio mu je vesti sa sastanka borda direktora kao da je reč o vremenskoj prognozi. A onda dodao: „Ali ne brini se, biće još prilika za tebe, mlad si, vredan si, nije ovo jedina firma za tebe, svima se neuspesi događaju. Samo, pre nego što odeš zamolio bih te još nešto u vezi s Dušicom...”

„Da je predložim na moje mesto?”

„Ma, jok bre, kak'o crno unapređenje. Hoću da je otpustiš pre nego što odeš. Mnogo je, bre, uvrtele sebi u glavu da je važna, počela da mi se protivi, pustila jezik. Uz to mi se sve ređe odaziva kad je zovem, misli bezobraznica da može bez mene, zaboravila kome je dužna. Ma, šutni je, bre, šta te briga, ionako ti je samo napravila probleme... Vidi, još nešto. Imam jednog drugara, radi u stranoj banci, duguje mi uslugu, pa sam mislio da mu tebe preporučim. Biće ti tamo bolje nego ovde. A ako bude sve u redu, ti znaš kome ćeš se odužiti...”

Radiša je klimnuo glavom u znak zahvalnosti. Srećan ipak što mu je kredit kod Obrada refinansiran. Zabrinut pomalo što je ponovo prihvatio ponudu ne pitajući za kamatu.

Zaboravljajući kako se zovu oni koji potpisuju ugovore bez čitanja sitnih slova i napomena.

Kao i oni koji im takve ugovore poturaju na potpis.

Još jači
u novom
ruhu!

NEOSTIK
SINCE 1960

UNIVERZALNI LEPKOVI

Univerzalni kontakti kaučukovi lepkovi Neostik Universal lepe brzo i efikasno. Jednostavni su za upotrebu i omogućuju čisto nanošenje, bez zamazivanja.

Izrađeni su na osnovi elastičnog polimera, kaučuka, koji je rastopljen u smeši razređivača. Lepljenje je posledica isparavanja razređivača, zbog čega dolazi do koagulacije kaučuka i formiranja lepka. Površine spojimo kad je sloj lepka osušen do te mere da se lepak pri dodiru ne vuče više za prstom. Početna snaga vam omogućuje neposrednu daljnju obradu lepljenih površina.



Neostik UNIVERSAL

Tradicionalni lepak sa snažnim prijanjanjem za najraznovrsniju upotrebu. Međusobno ili na različite podloge lepi širok raspon materijala.

Jednostavna upotreba: lepkom premažemo obe kontaktne površine, ostavimo da lepak osuši (7–10 min) i površine snažnim pritiskom spojimo.

Lepak Neostik Universal osigurava trajnu vezu odmah nakon spajanja površina.

Lepi: gumu, kožu, plutu, tekstil, karton, plastike međusobno ili na drvo, beton i metal.



Neostik UNIVERSAL TRANSPARENT

Transparentni univerzalni lepak Neostik UNIVERSAL TRANSPARENT je pogodan za opštu upotrebu u kancelariji, školi i domaćinstvu i u modelarstvu.



NEOSTIK UNIVERSAL SPRAY PROFI

Lepak u spreju, prikladan za lepljenje većih površina. Jednostavno nanošenje špricanjem. Mala potrošnja.

Posebno je efikasan na mestima gde su visoka opterećenja spojeva. Lepi: gumu, kožu, plutu, tekstil, karton, plastike međusobno ili na drvo, beton i metal.



Neostik UNIVERSAL PROFI PLUS

Univerzalni kontakti kaučukovi lepkovi Neostik PROFIL PLUS s većim sadržajem lepljive materije omogućuje spajanje čak i vrlo upojnih materijala.



Kada kombinujete stilove, kombinujte ih sa stilom

Šarmantno potkrovlje i tu nema spora...



Prostrano, svetlo, vedro i rasterećujuće, a takođe i te kako personalizovano i s karakterom. Kosmopolitski duh ovog stana pod krovom uklopljen je sa određenim rustikalnim notama koje su zastupljene prvenstveno u arhitektonskoj strukturi pokrovlja. Zbog dužine prostorije, dnevni boravak deli prostor sa trpezarijom, kuhinjom i kupatilom. Prostor je razdvojen na tako elegantan i nenametljiv način da stičete utisak da su ove funkcionalne celine oduvek i morale da budu upravo ovako podeljene. Ovo potkrovlje se zaista može pohvaliti prirodnim svetlom (pogledajte samo koliko ima prozora, i krovnih i klasičnih), a vlasnici su odlučili da prostor obogate lampicama koje, nalik boho stilu, daju izvesnu notu svečanosti. Čitav prvi nivo podseća na bezazleni nestašluk boho, skandinavskog i rustičnog stila, u kome nijedan nema totalnu dominaciju.

Na spratu je situacija, makar što se mešavine stilova tiče, slična – jedino su kombinacije boja drugačije. Sobe su minimalno opterećene nameštajem, što je i logično, s obzirom da je prostora vrlo malo. Ipak, i u ovakvim uslovima, vlasnici su uspeali da iskoriste sve specifičnosti potkrovlja: kosine, svetlost i mir, i da od drugog nivoa naprave oazu za spavanje, odmor i umni rad.



Reforma u kojoj su vlasnici odlučili da zadrže drvene grede, ali i da u svoj dom unesu elemente skandinavskog i boho stila, dala je kao rezultat originalno potkrovlje u kome se elementi, uprkos raznovrsnosti, savršeno slažu, zahvaljujući hromatskoj jednosti osnove – odnosno kombinaciji bele i braon boje.

Verujemo da su vam fotografije ovog potkrovlja, bolje nego reči, pokazale kako je igra različitih stilova u istom prostoru i te kako moguća i kako je za savršen rezultat jedino važno da svaki element dekoracije poštuje pravilo „fer-pleja“.



Fotografije preuzete:
Interiores Chic

MAXITILES®

proizvodi za polaganje keramičkih pločica



3+1

GRATIS

AKCIJA TRAJE DOK TRAJU ZALIHE!



2
Kg



MAXIMA d.o.o. | Dragiše Mišovića 16 | 32 240 Lučani, Srbija | T: +381 32 820 030 | F: +381 32 817 029 | www.maximapaints.com

Dnevne sobe duginih boja

Kad je o dekoraciji doma reč, većini nas najbitnije je da krupni elementi nameštaja i zidovi budu u neutralnim bojama, jer ako su boje neutralne i nenametljive, neće nam dosaditi, zar ne?! Neće nam buditi različita raspoloženja i pružice nam veću slobodu da se poigravamo detaljima

To je donekle tačno. Ali samo donekle. Naime, dominacija neutralnih boja može da donese monotoniju i osećaj da se nalazimo u sterilnom i bezličnom prostoru.

Zato smo mi odlučili da vam ponudimo kompromisno rešenje koje se, na iznenađenje mnogih od vas, neće odnositi na to kako da okrečite zidove nekom od živahnijih nijansi, već kako da pro-

storiju okrečenu u belo ukrasite nameštajem za sedenje veselih boja: kaučima, sofama, trosedima, dvosedima...

Dakle, ako svoj dom okrečite u belo ili u neku neutralnu nijansu, umesto sivog, crnog ili braon kauča, ili umesto bež, krem ili pesak sofe, birajte jednu od sledećih boja.



1. Crvena

Mnogi smatraju da crvena boja budi ljutnju, agresiju i nemir, ali nemojte se na to preterano obazirati kada je sofa u pitanju, naravno pod uslovom da je, kako smo već naglasili, soba okrečena u neutralnu boju i pod uslovom da izaberete nijansu crvene koja vas neće „gađati među oči”. Važno je da znate da i ostatak nameštaja treba da podržava čitav koncept, pa stoga nastojte da u prostoriji koristite paletu pastelnih i neutralnih boja.

2. Narandžasta

Od svih boja na ovome svetu narandžasta deluje kao najriskantnija za uklapanje. A eto, kada je dobro kombinovana sa ostatkom enterijera, može da da sjajne rezultate. Ako su zidovi i drvenarija beli, a parket od prirodnog drveta, kao na ovoj slici, narandžasta sofa biće savršen izbor, naravno pod uslovom da i sitni dekorativni elementi budu neutralnih boja: crni, sivi, beli...



3. Žuta

Ili, drugim rečima, pozdrav suncu. Žuta je vedra i vesela boja koja unosi vitalnost i radost u prostor, pa je čista nepravda isključiti je iz izbora nameštaja za sedenje. Naravno, jarkožuta ponekad može da bude napadna, ali ako izaberete nežniju nijansu i dobro je uklopite sa ostalim bojama, nećete upasti u tu zamku. Dakle, s nežnoroze, zelenom i narandžastom sigurno ćete stvoriti harmoniju u prostoriji.



4. Zelena

Kako zelena boja može da osveži sobu zna samo onaj ko je zelenom bojom sobu osvežavao. Dakle, ta boja biće pravi pogodak za prostorije koje nisu dovoljno velike da bi mogle da se „hvale nameštajem“. A ako izaberete pravu nijansu zelene, sofa ne mora da bude jedini element u toj boji. Uostalom, pogledajte fotografiju ispod i uverite se sami.

5. Plava

Ova boja je, posebno ove godine, pravi pogodak! Sasvim je prikladan izbor i za one koji ne prate trendove, jer plava je uvek moderna. Veoma je opuštajuća i umirujuća, često otmena i elegantna, a kompatibilna je s mnogim drugim bojama i pravi sasvim finu kombinaciju. Naravno, ako se odlučite za plavu, vodite računa o tome da je ne „sudarite“ s jarkim bojama, već joj birajte nežnije, vedrije i toplije saradnike.



6. Lila

Lila je boja koja se ne bira često za nameštaj za sedenje. A nepravredno je zanemarena budući da unosi nežnost i otmenost u prostor. Ipak, budite pažljivi ako se odlučite da eksperimentišete s ovom bojom – ume da bude riskantna skoro koliko i narandžasta jer je prilično zahtevna za kombinovanje. Srećom, naš savet na početku teksta bio je da se zidovi kreće u belu ili neku neutralnu boju!



Izvor: Apartment Therapy

Pet načina da ulepšate dom stikerima za zidove

Stikeri su fantastično sredstvo kojim ćete moći da dekorirate i transformišete prostor, bez velikih ulaganja, i vremena i novca. Mi ćemo danas s vama podeliti pet ideja o tome kako da od svog doma napravite personalizovan prostor ili pak da u njega unesete neku lepu novinu

1. Radni prostor

Ako radite od kuće, sigurno imate kutak u kome se nalazi vaš radni sto, stolica i preko puta – zid! E, baš na taj zid možete nalepiti stiker. Mi vam savetujemo da bude prijatnih boja i da nosi optimistične, motivacione poruke koje vas inspirišu i podižu vam radni elan. To kažemo jer se često dešava da naročito mladi ljudi na zid ispred radnog stola okače neku duhovitu i ironičnu izjavu koja možda na prvi pogled deluje smešno, ali s vremenom postaje prilično kontraproduktivna i deluje obeshrabrujuće u trenucima kada ste možda umorni od posla ili kada vas je iznervirao kolega. Zato, ponavljamo: zid u koji gledate dok radite treba da budi prijatna osećanja u vama, pa u skladu s tim i birajte stiker.



2. Stiker umesto uzglavlja

Ako imate krevet bez uzglavlja, a zid iza njega je jednobojan i čist, dobra ideja je da na njega nalepite stiker. Naravno, to ne mora nužno da bude stiker koji izgleda kao uzglavlje. Dovoljno je da izaberete neki lep motiv i već ste transformisali prostor.

3. Iza nameštaja za sedenje

Zid iza nameštaja za sedenje često zadaje glavobolje: da li nalepiti tapet ili ga okrečiti, da li na njega okačiti fotografije ili sliku, da li ovo ili ono... E, čik pogodite šta bi bilo najbolje! U obzir dolazi sve što je usklađeno sa ostatkom enterijera i s njim čini harmoničnu celinu. Jedna od tih brojnih mogućnosti jesu, naravno, i stikeri. Ukoliko odlučite da baš oni budu vaš ukras za zid, prošetajte virtuelno kroz onlajn prodavnicu Roma Company, koja u svom asortimanu ima bogatu ponudu stikera za sve prostorije, pa i za dnevne sobe.



4. Kuhinjski ukrasi

Ako volite vesele kuhinje, ali ne i one s otvorenim policama, ako volite ukrase, a u kuhinji nemate prostora za njih, najmudriji i najlepší način je da prostoriju u kojoj spremate hranu ukasite stikerom. U ponudi ima raznih motiva i ukrasa – od cvetnih do apstraktnih – i koji god da izaberete, uneće vam svežinu u prostor.

5. Predsoblje

Predsoblje je često usko, malo, dugačko, mračno, takvo da jedva možete u njemu da se okrenete, a voleli biste da bude ukrašeno nekim lepim detaljem koji ne zauzima mnogo prostora. E, zamislite, mi imamo još bolje rešenje: ukras koji uopšte ne zauzima prostor! Naravno, reč je o stikerima. Ohrabrujemo vas da iskoristite njihovu magičnu moć da transformišu prostor. Verujte nam na reč, neće se pokajati!



Evo zbog čega vam spavaća soba diže pritisak

Nikako da razumemo da je spavaća soba prostorija koja prvenstveno služi za odmor

Zato je najčešće dekorišemo onako kako nam se dopada, ne vodeći računa o tome koliko će nas ta dekoracija kasnije nervirati. Da se to ne bi dešavalo, danas s vama delimo šest najčešćih dekorativnih grešaka koje vas mogu koštati dobrog raspoloženja dok provodite vreme u svojoj spavaćoj sobi. Dakle, rekli smo rekli da ćemo navesti dekorativne greške, ne funkcionalne ili tzv. ponašajne, tipa neudoban dušek, neudoban jastuk, gledanje neprijatnog sadržaja na TV-u ili telefonu pre spavanja... Za to ste se, verujemo, već pobrinuli sami.

1. Boje su previše jake ili tamne

Percepcija boja za spavaću sobu je vrlo subjektivna, iako se uopšteno zna da nežni tonovi opuštaju mnogo više nego intenzivni. Nežni, blagi tonovi, i topli i hladni, koriste se za stvaranje mirnog ambijenta. Roze boja je topla i nežna, dok su crvenkasti i narandžasti tonovi živahni i mogu da budu stresni, a tamne boje deluju tmurno ili mračno. Opuštajući tonovi za spavaću sobu su neutralni, pesak, zemlja, zelena i plavkasta.

2. Ima malo prostora za kretanje

Ukoliko nameravate da od sobe napravite stovarište nameštaja i samim tim ostavite premalo prostora za kretanje kroz prostoriju, slobodno već sad računajte da će vam to uporno stvarati osećaj nelagodje. Ako morate da zaobilazite prepreke da biste prešli s jednog mesta na drugo, znajte da ćete se



iznervirati čim ujutro ustanete i tik pre nego što uveče legnete u krevet. Dakle, kada organizujete raspored spavaće sobe, trebalo bi da razmislite o prohodnosti. Zato se odrecite glomaznog nameštaja i velikih komoda. Dovoljno je da imate krevet, noćni stočić pored kreveta i garderober – ako je ikako moguće, ugradni.



3. Osećaj da je u sobi previše toplo

Izolacija doma je veoma važna – toplotna, hidro i zvučna. Upravo od izolovanosti prostorije zavisi da li će ona imati potencijal da održi odgovarajuću temperaturu. Međutim, pored izolacije, važno je i da povedete računa o zamračenosti prozora, naročito ako je vaša soba na sunčanoj strani i naročito tokom toplih letnjih dana. U te svrhe, poslužiće vam debele zavese, roletne, venecijane i draperije.

4. Krevet prepun ukrasnih detalja

Možda toga i niste svesni, ali ako na krevetu imate više jastuka nego što je potrebno, vaša spavaća soba postaće mesto koje vam stvara napetost i nervozu. Prvo, zato što se svako veče lepo zabavljate skidajući ih s kreveta. Ako ih samo pomerite u stranu i tako spavate, to praktično znači da ste žrtvovali svoj prostor za odmor nečemu nebitnom.





5. Cveće u vazi

Za razliku od saksijskog, cveće u vazi nije živo, a to može prilično da poremeti vaš san i da vam unese nervozu. Ovde ne mislimo na feng šui principe niti na stavove prema „mrtvim biljkama“ u kući, već se prosto osvrćemo na jednu veliku istinu: voda u kojoj stoji cveće može da poprimi izuzetno neprijatan miris čak i u toku noći. Ako nemate praksu da redovno menjate vodu, izlažete se riziku da se vaša čula pobune zbog neprijatnog mirisa ili uveče kad krenete na



spavanje ili ujutro kad se probudite. A to je dovoljan preduslov za neraspoloženje, zar ne?!

6. Previše svetlosti u sobi

Važno je da osvetljenje u sobi u kojoj spavate bude opuštajuće. I eto vam još jednog razloga (pored onog koji smo već naveli, a tiče se temperature) da izaberete prave zavese za spavaću sobu. Treći razlog što navijamo za zavese je privatnost, naročito ako imate komšiluk čiji prozori pružaju pogled na prozore vaše spavaće sobe.

www.maximapaints.com

SVE ZA VAŠU FASADU



BOJE I FASADE
MAXIMA[®]



Tekst: Irina Maksimović

30. GODINA USPEŠNOG RADA

VIVA DEKOR MB
MATARUŠKA BANJA

Firma Viva dekor MB nalazi se u Mataruškoj banji, malom banjском lečilištu s bogatom tradicijom banjskog turizma i dobrom perspektivom u godinama koje su pred nama.

U okviru preduzeća postoje dva poslovna prostora. Jedan se nalazi na samom ulazu u Matarušku banju, u Žičkoj ulici, 200 metara od Ibarske magistrale i sedam kilometara od Kraljeva. Čine ga 400 m² prodajnog prostora i stovarišni prostor od 1.500 m². Drugi poslovni prostor smešten je u centralnoj zoni Kraljeva, preko puta autobuske i železničke stanice, u Ulici Dimitrija Tucovića. Na

toj ekskluzivnoj lokaciji nalazi se poslovno-prodajni prostor od 300 m² i stovarište.

– Radnja je osnovana 1992. i ove godine slavimo jubilej, trideset godina postojanja i uspešnog rada bez posrtanja i padova, s kontinuiranim rastom obima prometa, asortimana i svih ostalih oblasti poslovanja – kaže Miladin Milovanović, vlasnik firme Viva dekor MB.

Trgovinu bojama ta porodična firma počela je zakupom malog poslovnog prostora od 28 m² u Kraljevu. Osnovao ju je Miladin Milovanović sa svojom suprugom Zagom. Pre dve godine za posao je stasala i pridružila im se njihova ćerka Anđelka, diplomirani ekonomista.

– Knjigovodstveno-računovodstveni posao baziran je na iskustvu moje supruge i energiji moje

čerke i one taj posao obavljaju pedantno i posvećeno – kaže Milovanović.

Još na samom početku, a i kasnije tokom razvoja posla, Milovanovićima je mnogo značilo iskustvo i znanje koje su stekli na svojim prethodnim poslovima. Zaga je bila dugogodišnji knjigovodstveni službenik, a Miladin je radio na mestu rukovodioca u jednoj naftnoj kompaniji.

POSVEĆENOST POSLU

Za razvijanje posla i saradnju s partnerima, prema rečima Miladina Milovanovića, najvažniji su rad, upornost, posvećenost i tačnost, i ako se ti principi poštuju, rezultati neminovno dolaze. Vlasnik Viva dekora MB kaže da su za uspešno poslovanje njegove firme veoma zaslužni i zaposleni, od poslovođe koji ima 28 godina radnog staža do onih najmlađih koji su počeli da rade tek pre nekoliko godina.

– Veština, tačnost i spremnost da se da stručan savet kupcu, da se ispoštuje obećano jeste ono što naš tim odlikuje, i na to sam ponosan kao poslodavac. Kupac je sve zahtevniji i samo profesionalizam daje prave rezultate. To smo prepoznali na samom početku i držimo ga se svih ovih godina. I naši kupci, takođe, zaslužni su za činjenicu što ovako dugo trajemo. Oni su verovatno prepoznali kvalitete o kojima sam govorio i zato nam ukazuju svoje poverenje – kaže Milovanović. On naglašava da izbor dobavljača, kvalitetna roba i cenovni rang takođe imaju važnu ulogu u poslovnoj politici firme i dodaje da je veoma bitno da se prate trendovi i da se zaposleni stalno usavršavaju. Zato se, kako objašnjava, u svakodnevnom poslovanju Viva dekora prate novine, prezentuju veštine i usvajaju nova znanja. To je nešto što se u

njihovoj firmi redovno dešava i otvara nove perspektive.

ASORTIMAN

Asortiman Viva dekora veoma je širok i uglavnom je namenjen za završne radove u građevinarstvu, a osnovni artikli su iz oblasti boja i lakova. Firma je među kupcima postala poznata po širokoj ponudi – od dekorativnih domaćih i vrhunskih uvoznih boja, preko PU lakova za drvenu industriju, do boja domaće proizvodnje za sve druge namene. Ostale artikle čine fasadni materijali, gips-kartoni, laminati, elektro i vodovodni materijal, alat i preteća oprema.



Miladin i Zaga Milovanović



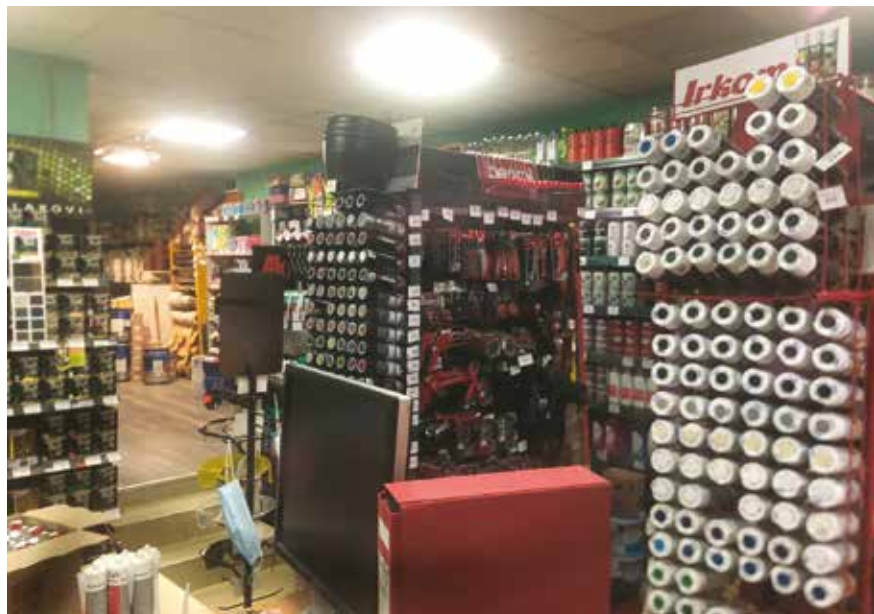
Tim radnje Viva Dekor

Poslovni partneri i dobavljači uglavnom su renomirane domaće i strane kompanije, kao i domaće veleprodaje.

– Naša saradnja s njima na veoma je visokom nivou i profesionalizam naših partnera dodatno nam daje vetar u leđa, što je vrlo značajno. Zato smo se trudili da izgradimo partnerske odnose koji traju godinama. U poslu se mora biti od reči i tačan. To svi cene i takvim pristupom privlačite pažnju partnera. Uvek sam se trudio da tako bude i to isto



Anđelka Milovanović



tražim od svojih saradnika – kaže Milovanović.

Budući da je snabdevanje pojedinih vrstama robe znatno otežano u poslednjih godinu dana, u Viva dekoru posebnu pažnju posvećuju nabavci robe, koju svojim kupcima dostavljaju sopstvenim vozilima. U voznom parku imaju dva kombi vozila i dva pikapa, a na oba prodajna mesta i viljuškare za manipulaciju robom.

PLANOVI

**Kraljevo je grad koji je dobro snabdeven boja-
ma, lakovima i ostalim
materijalima za završne
radove u građevinarstvu.
Samim tim i konkuren-
cija je jaka, što Milova-
novićima daje dodatnu
motivaciju da ulažu svoj
maksimum u poslovanje.
Oni planiraju proširenje
prodajnog prostora na
obe lokacije i smatraju
da to mogu da ostvare u
kratkoročnom periodu.**



– Razni događaji iskušavaju nas u poslu, ali i kao ljude generalno. U godinama koje su za nama, imali smo niz izazova koji su nas stavljali u poziciju da se i kao ljudi dokazujemo. Bili su to zemljotres, poplave, doseljavanje izbeglih u Kraljevo i slično. Uvek smo se trudili da odgovorimo u skladu sa svojim skromnim mogućnostima. Činjenica da smo pomogli predstavlja nam zadovoljstvo i posebno nas raduje. Jer, kako kaže jedna izreka, ko želi da osigura dobro drugima, već je osigurao dobro sebi – zaključuje Miladin Milovanović.



TEKASIL COLOR



NOVA PROFESIONALNA LINIJA
ZAPTIVNIH MASA U BOJI



IZRAZI SVOJU LICNOST

- ➔ **SUPER SANITAR FORMULA** (sprečava nastanak buđi)
- ➔ **najviši kvalitet** zaptivne mase
- ➔ idealna zaptivna masa **za upotrebu u vlažnim prostorijama**
- ➔ dozvoljava **izlaganje vodi već 6 sati** nakon nanošenja
- ➔ izvanredno **prianjanje na sve materijale**
- ➔ odlična **otpornost na sapune i sredstva za čišćenje**
- ➔ **postojane boje**



sanitar
protect

10 years
warranty

ready
to use 6h

super
grip



TKK d.o.o. Beograd
Ugrinovačka 206, 11080 Zemun, Srbija
tel.: 0113169110, www.tkk.rs



KAKO SE REŠITI BUĐI U KUPATILU



Sigurno ste se nekada zapitali kako da se rešite dosadne buđi u kupatilu i da li to možete sami da uradite

Buđ se najčešće razvija u vlažnom okruženju, u vlažnim prostorijama, uključujući i kupatilo. Najviše neprijatnosti zadaje nam u zimskim mesecima, kada je provetravanje prostorija ređe zbog niskih spoljašnjih temperatura. Problemi s pojavom buđi moraju se odmah rešiti jer je buđ izuzetno štetna po zdravlje, pa nemojte odlagati sanaciju kada se buđ pojavi. Šta da radite kada se u kupatilu pojavi buđ? Predstavljamo vam najbolji način za uspešno rešavanje problema buđi na površinama kupatila.

Gde se najčešće pojavljuje buđ u kupatilima?

U kupatilima se buđ najčešće javlja u spojevima lavaboa ili kade. Potrebno je ukloniti stari silikon između spojeva i zameniti ga novim. Silikonske zaptivne mase su gumene supstance koje se nalaze na ivici lavaboa ili kade. Postoje raznovrsne zaptivne mase koje se mogu koristiti na različite načine, a prednosti silikonskih zaptivnih masa uglavnom su trajna elastičnost, odlična adhezija na različite materijale, otpornost na UV zrake i vodu. Veoma su jednostavne za upotrebu, tako da takve popravke lako možemo da uradimo i sami.



Kako odabrati odgovarajuću silikonsku zaptivnu masu za kupatilo?

Među raznim materijalima za kupatilo trebalo bi izabrati zaptivnu masu koja sadrži posebne aditive protiv buđi. Masa mora da bude ispitana u institutu i označena na kartuši CE oznakom da bi bila u skladu sa standardom EN 15651 deo 3. Stručnjaci TKK, jednog od najvećih proizvođača kvalitetnih zaptivnih masa, za uklanjanje buđi u kupatilu preporučuju TKK TEKASIL COLOR.

Kako zameniti silikonske zaptivne mase?

Pre nanošenja nove zaptivne mase, stara se mora ukloniti. Silikon može da se ukloni mehanički ili da se njegovi ostaci natope specijalnim rastvaračima ili proizvodima za domaćinstvo, i zatim uklone. Postupci uklanjanja obično se kombinuju, posebno ako imate problema s tvrdokornim ostacima silikona ili zaptivačima na teško dostupnim mestima. Pripremni radovi obavljaju se žičanom četkom, sekačem ili brijlačem. Ako je ostalo silikona, natopite ga, a zatim jednostavno obrišite ili ostružite. Bu-

dite pažljivi kada uklanjate stari silikon jer žičane četke i brijaći mogu da izgremu osetljive površine.

Stari silikon takođe možete lako, brzo i bez ogrebotina ukloniti sredstvom za uklanjanje silikona TKK TEKASOL APURSIL.

Sedam jednostavnih koraka za nanošenje nove zaptivne mase

1. Pre nanošenja silikona uverite se da je površina čista, suva, bez prašine i masnoće.
2. Zalepite ivice spojeva samolepljivom trakom.
3. Ubacite TEKATRACK BACK FILLING TAPE odgovarajućeg prečnika u otvor. Na taj način postižu se optimalna elastična svojstva zaptivača.
4. Odrežite cev na vrhu navoja, zavrnite vrh i umetnite ga u ručni ili pneumatski pištolj.
5. Nanesite zaptivnu masu što je moguće ravnomernije. Kada prekidate rad ili menjate pakovanje, olabavite ručicu na pištolju i povucite klip nazad.
6. Zaptivnu masu i alat za zaglađivanje SMOOTHING KIT navlažite sredstvom za zaglađivanje TKK Smoothing agent, izravnajte i uklonite višak. Važno je da dobro pritisnete zaptivnu masu na željenu površinu.
7. Uklonite samolepljivu traku pre nego što počne da se stvrdnjava.

Jedan savet za kraj

Ako ste uspeali da uklonite sve vidljive posledice buđi, to ne znači da je problem rešen. Kupatilo je potrebno dobro čistiti i provetravati u svakom trenutku. Provetravanje je posebno važno, a optimalno je da se obavlja tri-četiri puta dnevno po tri-četiri minuta. Ako imate prozore u kupatilu, utoliko bolje, jer je svakako bolje otvoriti prozore nego vrata, posebno tokom tuširanja. Na taj način vlaga se neće širiti u druge prostorije. Koristite odvlaživač vazduha, ne sušite mokre peškire i drugi veš u kupatilu, a posle tuširanja i pranja vlažne površine obrišite suvom krpom. Redovno menjajte ili dezinfikujte predmete koji su posebno privlačni za buđ i bakterije, kao što su sunđer za tuširanje ili zavese za kupatilo.

Dakle, sada ćete se sigurno lako osloboditi buđi. Više korisnih saveta i informacija o proizvodima čeka vas na www.tkk-group.com.



Tekst: Irina Maksimović

Tim radnje Arnica Montana

Predstavljamo radnju

ARNICA MONTANA BUDVA

U naselju Bijeli Do u Budvi, u Ulici maslina, nalazi se radnja Arnica Montana. To je porodična firma koju je osnovao Dobrivoje Tomašević u avgustu 1990. godine, a danas je vodi njegov sin Vuk Tomašević. S njim zajedno rade i njegove tri sestre

Na samom početku posao je odlično funkcionisao, jer je to bio period kada se Budva gradila. Opšti prosperitet išao je naruku firmama u skoro svakoj delatnosti u građevinarstvu. U to vreme, Arnica Montana bila je direktan kupac robe od mnogih fabrika. Međutim, već u drugoj polovini 1991. godine u celom regionu počela je kriza, pa su se tako aktivnosti smanjile na minimum. Tomaševići

su veoma brzo bili prinuđeni da zatvore svoj maloprodajni objekat. Ipak, firma je nastavila da se bavi veleprodajom. Posle četiri godine, kada su počele prve promene u poslovnom ambijentu Crne Gore, ponovo otvaraju svoj maloprodajni objekat u vidu male gradske gvoždare. Kako se posao razvijao, širili su i asortiman, pa su se 2000. godine preselili u veći poslovni prostor u kome i danas rade.



– Od samog početka vodili smo se time da nas opreznost oblikuje. Trudili smo se da biramo sigurne i pouzdane partnere. Ipak, i pored opreznosti, bilo je i grešaka koje smo shvatali kao lekciju i dobru vodilju za to da u narednom periodu prepoznamo partnere s kojima delimo iste ili slične vrednosti i da sa njima saradujemo. Još u vreme kada je Budva bila u jeku gradnje, postizali smo odlične poslovne rezultate zbog kvalitetne ponude, kao i zbog dobrih i direktnih kontakata s proizvođačima, tako da je naša firma bila među prvima u ovoj branši – objašnjava Vuk Tomašević.

Asortiman u radnji Arnica Montana prilično je širok. U ponudi su elektro-materijal za jaku i slabu struju, kompletan asortiman sklopne tehnike i galanterije, brendovi Schneider Electric, Hager, Tem Catez, Nopal i sl. Osim toga, prodavnica nudi i vodovodni, kanalizacioni program, sanitarije renomiranih proizvođača kao što su Vargon, Geberih, Hansgrohe, Unitas, VB, kompletan fasadni materijal, keramiku, podopolažacke i izolacione materijale, boje, lakove i alat firmi Ceresit, Sika, Maxima, Jub, Hardy, Hemmax...

U kriznim vremenima firmu je održalo prilagođavanje promenama na tržištu i poverenje





koje je stekla kod kupaca svojim korektnim i pouzdanim poslovanjem.

– Budući da nas je pandemija sve zatekla, prilično brzo smo se prilagodili uslovima poslovanja i vrlo uspešno nastavili saradnju s kupcima. U godini pandemije kao prioritet postavili smo finansijsku stabilnost firme i promenili način dotadašnjeg poslovanja – kaže Tomašević.

U poslovanju se drže principa koji su ih održali ovoliko vremena, a to su, prema rečima Vuka Tomaševića, tačnost, kredibilitet i naročito stav, koji uliva poverenje u profesionalnost i donosi uspeh. Upravo na poverenju koje su stekli kod kupaca i društveno odgovornom ponašanju zasnivaju svoje poslovanje i na to su ponosni.

– Želimo da naglasimo da naši poslovni partneri u nama uvek vide pouzdanog partnera. Mi težimo da stvorimo prijatan ambijent u kompaniji i van nje. Na isti način odnosimo se prema zaposlenima, prema životnoj sredini i uopšte prema zajednici u kojoj živimo i radimo – kaže Tomašević.

Prema njegovim rečima, svaki uspešan biznis zasniva se na planiranju. U skladu s tim, njihovi ciljevi su proširenje asortimana, pojačanje radne snage i otvaranje još jednog maloprodajnog objekta. Žele da se maksimalno marketinški aktiviraju na društvenim mrežama i da na taj način istaknu poslovne novosti i svoje promotivne aktivnosti. Osim toga, u planu imaju i otvaranje svoje onlajn prodavnice.

smirdex

740 keramička serija



VELIKI UČINAK ZA TEŠKE POSLOVE

Novi keramički diskovi 740 nude poboljšane karakteristike koje traju mnogo duže od uobičajenih abraziva. Premaz od cink stearata sprečava nakupljanje prašine i zapušavanje diska, čime se produžava vek trajanja proizvoda.

Idealni su za brušenje bilo koje vrste materijale, uključujući lakove otporne na ogrebotine (anti-scratch), osnovne premaze i sintetičke materijale (composites), eliminišući potrebu za specijalnim proizvodima. Ovo diskovi mogu da podnesu visoke pritiske tokom upotrebe, čineći tako brušenje lakim jer u velikom procentu uklanjaju materijal sa površine koja se obrađuje.

Gradnja keramičkog zrna



Svetsko prvenstvo u fudbalu – FIFA 2022.

Katar



Piše: Irina Maksimović

Cene pojedinačnih ulaznica kreću se od 11 evra naviše, a pravo na najjeftinije imaće samo stanovnici Katara i oni koji su učestvovali u izgradnji stadiona. To je najniža cena za lokalne navijače još od Svetskog kupa u Meksiku 1986. godine. Svi koji žele da prate svoj nacionalni tim kartu mogu da kupe za 61 evro, dok su ostale ulaznice prilično skuplje, pa će tako oni koji se odluče da prate finale morati da izdvoje 1.500 evra.

Ovo je prvi put da je za domaćina Svetskog prvenstva u fudbalu izabrana jedna arapska zemlja, i to Katar. Uneto je još nekoliko promena, pa se tako prvenstvo ne održava uobičajeno tokom juna i jula, već od 21. novembra do 18. decembra 2022. godine i traje nešto kraće, 28 dana. Planirano je da se finalna utakmica odigra tačno na Dan državnosti Katara, 18. decembra. Nacionalni timovi podeljeni su u osam grupa i dolaze iz 32 zemlje. Već na sledećem kupu 2026. godine broj učesnika će se proširiti, pa će se na Mundijalu takmičiti 48 reprezentacija.

STADIONI – najnovije tehnologije i održiva gradnja

Za najveći događaj u svetu fudbala izgrađeno je sedam (od osam) klimatizovanih fudbalskih stadiona koji mogu da prime čak 80.000 gledalaca. Stadioni će imati specijalnu rashladnu tehnologiju prilagodlji-



vu vremenskim uslovima u Kataru, kojom se temperatura može sniziti i do 20 stepeni Celzijusa. Građeni su po standardima najviše održivosti i zaštite životne sredine. Mogu da prime od 40.000 do 80.000 gledalaca, poput stadiona Lusail Iconic, na kome će se održati finalna utakmica i svečano zatvaranje ovog događaja.

Osam stadiona pripremljeno je za utakmice i od jednog do drugog stiže se za najviše sat vremena. Međunarodni stadion Kalifa potpuno je renoviran, a sedam novih dizajnirano je i izgrađeno u skladu s bogatom kulturom, nasleđem i tradicijom Katara. Slede četiri najinteresantnija arhitektonska i građevinska rešenja po našem izboru.

Bayt stadion ugostiće prvi meč kojim će biti otvoreno ovogodišnje Svetsko prvenstvo u fudbalu. Može da primi 60.000 ljudi i nalazi se na severu, u gradu Al Khoru. Taj grad poznat je po tradiciji ronjenja u potrazi za biserima i pecanja. Napravljen je po uzoru na saharke šatore koje su beduini koristili u tom regionu. Veličanstvena struktura šatora praktično obavlja ultramoderan fudbalski stadion koji nudi maksimalnu udobnost za posetioce – tradicionalni doček tipičan za taj deo sveta vekovima.

Stadion Al Janoub u gradu Al Wakrah prvobitno je bio ustanovljen kao centar za ronjenje za biserima i ribolov u tom delu Katara, kao najstarijem naseljenom području. Arhitekta čuvenog biroa Zaha Hadid Architects dali su stadionu jedinstven futuristički izgled – tradicionalni čamac sa širom razvijenim jedrima.

Stadion 974 primer je održive gradnje. To inovativno projektantsko rešenje na samoj obali Golfskog zaliva dizajnirano je tako da oslika luku i logistički centar regiona u kome se nalazi. Materijali koji su korišćeni kao konstrukcija za stadion su transportni kontejneri i teški čelični elementi s brodogradilišta, koji u tom konceptu izgledaju kao šarena, vesela i moderna arena u kojoj će se igrati utakmice Svetskog prvenstva u Kataru. To je prvi potpuno montažno-demontažni objekat u istoriji svetskih kupova u fudbalu koji postavlja nove standarde u održivoj gradnji.

Stadion Lusail nije najveći samo u Kataru već i u celom arapskom svetu. U njemu će se odigrati finale Mundijala

2022. Taj veličanstveni stadion sa 80.000 sedišta zapravo će biti centralno mesto grada Lusaila, prve održive metro-pole u svetu izgrađene po najsavremenijim standardima. Grad sutrašnjice, kako ga predstavljaju u Kataru, ima zelene metode prevoza (metro, šatl bus, pešačke staze) i štedi energiju u svakoj prilici. Budući da je zamišljen kao glavno mesto za razonodu i zabavu, logično je da je u njemu sazidan i najveći stadion. Oblik tog zlatnog stadiona inspirisan je katarskom drevnom činijom za urme. Građen je po principima održive gradnje i reciklaže građevinskog otpada. Materijali su birani pažljivo kako bi bili u skladu s ekološkim principima. Za navodnjavanje biljaka oko stadiona (lokalnih sorti koje traže malo vode) koristi se reciklirana voda. Instaliranjem efikasnih vodovodnih instalacija i sistema za otkrivanje curenja širom stadionskog kompleksa, čuva se 40% više sveže vode nego na konvencionalnim stadionima. Čak je i krov dizajniran u skladu s principima očuvanja životne sredine, i to tako da omogući dovoljno svetla, a da istovremeno obezbedi senku da bi se smanjilo opterećenje na klimatizaciju stadiona. Uz sve te mere, Lusail je dobio sertifikat od četiri zvezdice Globalnog sistema za procenu održivosti i tako postao primer arene za novo doba ekološke odgovornosti.

Karte za utakmice

Početak februara organizatori su objavili da su za samo 20 dana od kada su ulaznice za Fifu 2022. puštene u prodaju, primili 17 miliona zahteva za rezervacije od navijača i ljubitelja fudbala. S obzirom na to da je fudbal najpopularniji sport u Kataru, nije čudo što je najveći broj prijavljenih baš iz zemlje domaćina. Najtraženije su bile ulaznice za finale 18. decembra, koje će se odigrati na stadionu Lusail. Samo za taj meč dobili su 1,8 miliona zahteva za rezervacije karata.

Cene pojedinačnih ulaznica kreću se od 11 evra naviše, a pravo na najjeftinije imaće samo stanovnici Katara i oni koji su učestvovali u izgradnji stadiona. To je najniža cena za lokalne navijače još od Svetskog kupa u Meksiku 1986. godine. Svi koji žele da prate svoj nacionalni tim kartu



moгу da kupe za 61 evro, dok su ostale ulaznice prilično skuplje, pa će tako oni koji se odluče da prate finale morati da izdvoje 1.500 evra.

O Kataru

Katar je nezavisan emirat koji zauzima malo pustinsko poluostrvo i deo je Arabijskog poluostrva. Poznat je po luksuznim hotelima i bogatim sadržajima za zabavu i uživanje, ali i po sedištu jedne od najpoznatijih arapskih TV stanica Al Jazeera. Nastao u 1. veku naše ere, uglavnom naseljen nomadskim plemenima s Arabijskog poluostrva, Katar se s vremenom razvio u naselje ribara i lovaca na bisere iz školjki, da bi pronalaskom nafte počelo zlatno doba za taj emirat. Dinastija Tani vlada od 1825. godine. Katar ima jednu od najvećih svetskih rezervi nafte i prirodnog gasa. U toj monarhiji, kao i u većini sličnih u tom okruženju, obrazovanje je besplatno za decu do 16 godina i za to se izdašno daje. Gostoprimstvo Katara poznato je u svetu i to je jedan od bitnih razloga zbog kojih putnici biraju baš tu zemlju za svoj odmor. More ga okružuje sa tri strane, pa je veoma popularan po sportovima na vodi, ronjenju, pecanju, kao i uživanju u nekom od mnogobrojnih rizorta. U glavnom gradu Dohi živi skoro 80% ukupnog broja stanovnika (kojih ima oko dva miliona). Klima je pustinska, suva, te je destinacija atraktivna tokom cele godine. Ipak, Katar je poznat i po umetnosti, kulturi i bogatoj tradiciji koju veoma ponosno želi da podeli sa

svojim gostima. Jedno od mesta koje neizostavno treba posetiti jesu muzeji Msheireb, koji prikazuju bogat razvoj ribolova Dohe i to kako je taj, danas glamurozni grad, svoju istoriju započeo kao malo ribarsko selo i rastao s modernizacijom Katara. U blizini aerodroma u Dohi nalazi se Nacionalni muzej Katara u obliku pustinske ruže koja ima veliku simboliku u arapskoj kulturi. Još jedno mesto koje prikazuje kako je Doha rasla do modernog grada jeste Katara Cultural Village – istorijska atrakcija u kojoj se nalaze pozorište, bašte, dve džamije, veliki broj galerija, restorana itd. Muzej islamske umetnosti smešten je na sopstvenom ostrvu, a sagrađen je prema dizajnu poznatog arhitekta I. M. Peija. Iz pojedinih uglova deluje kao da pluta na vodi, a glavna zgrada prekrivena je sa više od 15.000 rukom pisanih tekstova prikupljenih iz celog sveta. U tom muzeju nalaze se najbolji komadi tekstila, posuđa i predmeta od stakla iz Indije, Kine, Španije, Turske, Iraka itd. U njemu se čuva i sveti Kuran iz 17. veka, što je velika retkost u svetu.

Barzan tvrđave izgrađene su 1800. godine, a obnovio ih je šejk Mohamed bin Jasima al Tanija. Prema legendi, sagrađene su kao osmatračnice da bi u to vreme stanovnici Katara mogli da spreče napade, naročito Otomanskog carstva. Služile su i kao astronomske opservatorije i u njima su astronomi proučavanjem Meseca odredili datum Ramazana.

Arheološko nalazište Al Zubarah, na Uneskovoju je listi kulturne baštine i mesto koje ne biste smeli da zaobiđete ukoliko posećujete Katar. U okviru tog utvrđenja nalazi se nekadašnji glavni trgovinski centar na kome je izgrađena finansijska stabilnost te zemlje. Za ljubitelje pustinjskih avantura nezaobilazna je poseta jednom od retkih mesta na svetu gde se peščane dine susreću s morem tokom plime, stvarajući pritom neverovatne nijanse tirkizne i plave vode pri obali – Inland Sea.

Jedna od atrakcija modernog doba svakako je katarska četvrt Qanat, stambeno naselje izgrađeno u venecijanskom stilu za lokalno stanovništvo i doseljenike koji su na radu u Kataru. Svojim pešačkim trgovima, kanalima i građevinama podseća na Veneciju. Ima obilje kafića i restorana, pozorište i bioskope na otvorenom, pa čak i svoju verziju mosta Rialto, idealnog za selfije i godišnji karneval, baš u vreme kada se održava venecijanski – početkom februara.

Poseta bazarima, izleti u pustinje, festivali, šoping-molovi, luke i fantastične plaže, još su neka od mnogobrojnih odredišta za sve one koji će Katar posetiti tokom Svetskog prvenstva u fudbalu ili možda nekom drugom prilikom.



AVIO-KARTE

Cena povratne avio-karte za direktan let u ekonomskoj klasi do Dohe kreće se od 850 do 1.350 evra.

SMEŠTAJ

Qatar Airways odavno je pripremio ponudu letova specijalno za Mundijal, ali i kompletne all-inclusive paket-aranžmane. To podrazumeva boravak osobe u dvokrevetnoj sobi, međunarodni povratni let do Dohe (promenljivo u zavisnosti od destinacije), između četiri i 13 noći s doručkom u hotelu prema vašem izboru i karte za utakmice po izboru u zavisnosti od datuma za četvrtfinale, polufinale ili finale. Cene paketa kreću se od 3.800 do 7.300 američkih dolara.

Na sajtu qatar2022.qa posetioci mogu da pogledaju detaljnu ponudu smeštaja u luksuznim hotelima, na jahtama, kruzerima, u apartmanima ili vilama, kao i da dobiju sve informacije o transportnim mogućnostima u Kataru.

Svi hoteli, kruzeri i apartmani za period od 21. novembra do 18. decembra 2022. bili su rasprodati još krajem 2021. godine. Katar se sad suočava s problemom kako da ugosti sve zainteresovane posetioce Mundijala i razrešenje još uvek nije pronašao. Dvokrevetna soba za noć po osobi mogla se naći za 100-150 evra, i to u manjem broju hotela, dok je u rizortima uglavnom koštala više od 200 evra. Ukoliko se ipak ponešto pojavi na internetu, poput apartmana ili studija, to brzo ode, iako su cene papreno visoke – od 790 do 1.200 evra za jedno noćenje.



Priredila: Irina Maksimović

Ko je izmislio prvu konzervu idustrijske boje

Ukoliko niste znali odakle potiče receptura za prvu komercijalnu gotovu boju, ovom prilikom saznaćete zanimljive podatke o tom vrednom patentu. Visokokvalitetnu boju na bazi ulja pod nazivom „garantovano isključivo čista sirova uljana boja” prvi put su kao gotovu boju spremnu za korišćenje tržištu predstavili vlasnici američke kompanije Sherwin-Williams 1873. godine. To je bilo samo sedam godina pošto su Henri Šervin i Edvard Vilijams osnovali svoju kompaniju. Do tada su se boje mešale ručno tako što su se koristili različiti sastojci poput mleka, maslinovog ulja, jaja, limuna i ostalih prirodnih pigmenata... Oni su 1887. patentirali prvu konzervu boje koja se može koristiti i nakon zatvaranja ponovo otvoriti. Sherwin-Williams, inače i danas najveći svetski proizvođač boja i lakova, imao je veliki uticaj na promene u industriji boja. Ta kompanija je 1884. godine prva zaposlila jednog hemičara u američkoj proizvodnji boja. Početkom 20. veka proširila je svoju proizvodnju i prodaju na sve kontinente, a 1923. predstavila svoj Vodič za farbanje u domaćinstvu koji je čitaocima dragocanim savetima pomagao da ne prave greške prilikom farbanja. Pet godina kasnije, proizvela je prvi sintetički premaz za avione, a 1941. boju na bazi vode za krečenje u domaćinstvima koja se brzo suši i uz nju roler aplikator.

Najpopularnija boja u protekloj deceniji

Bela boja koju je postavio Benjamin Moore White Dove OC-17 najpopularnija je i najviše korišćena boja u dizajnu enterijera u poslednjih deset godina. Ta nežna krem nijansa bele deluje toplo zahvaljujući blagom zelenom podtonu, a opet nikako ne prelazi u žutu nijansu. Mir koji u prostoriji emituje ova bela boja je bez premca.

PAINT COLOUR REVIEW



PENTICO

- NITRO RAZREĐIVAČ
- AKRILNA BOJA U SPREJU
- KREP TRAKA





Zeleni detalji za veću produktivnost

Verovali ili ne, ako se u radni prostor uvedu detalji ili prirodni elementi zelene boje, produktivnost se povećava za čak 15 odsto. To najčešće pomaže zaposlenima da se bolje koncentrišu. Kod kuće, gde su mnogi bili prinuđeni da rade tokom pandemije, to je lako primenljivo jer se mogu koristiti detalji poput zavesa, lampi, jednog zelenog zida i sl. Biljke su takođe dobar izbor budući da deluju i smirujuće, naravno samo pod uslovom da se neko o njima redovno brine.

Osvetlite prostoriju ogledalima

Svima nam je poznat trik s ogledalom pomoću kojeg ćemo neki manji prostor produbiti ili povećati. Međutim, ogledala nam mogu mnogo pomoći i za prosvetljavanje prostorije. Ukoliko se postavje na pravo mesto, mogu fantastično da osvetle prostor i uštede dodatno postavljanje veštačkog osvetljenja. To je i deo strategije održive gradnje koja se inkorporira u moderne građevine.



Smelije s teksturnim bojama

Obični zidovi često umeju da dosade. Najčešće koristimo belu boju iz straha da nam neka druga brzo ne dosadi. Za razbijanje monotonije idealno je upotrebiti neku od teksturnih, dekorativnih boja. Na taj način prostor ćete učiniti moćnijim. Dovoljno je da samo jedan zid ofarbamo takvom bojom i da napravimo potpuno drukčiju atmosferu. Soba će postati živopisnija, posebno ako je veće kvadrature.

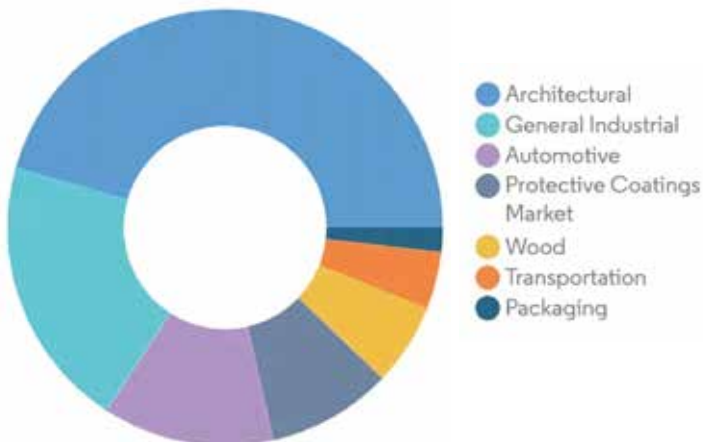


Uljane boje prvi put korišćene u avganistanskim pećinama

Da li ste znali da su najraniji murali oslikani sušenim uljem bili zapravo zidovi pronađeni u pećinama Bamijan, 130 kilometara od Kabula, u Avganistanu? Naučnici su u 12 od 50 pećina pronašli murale Bude koji prekrštenih nogu sedi u crvenkastim ili plavim haljinama usred palminog lišća i mitskih bića. Oni smatraju da su zidovi pećina oslikani u 7. veku nove ere, i to uljem dobijenim najverovatnije od ora-ha i maka. Nažalost, talibani su to arheološko nalazište 2001. godine maltene celo uništili. Ipak, japanski istraživači su naj-savremenijim tehnologijama klonirali te murale, jer smatra-ju da je to bila prapostojbina japanskog budizma. Izložba je otvorena u Tokiju u septembru prošle godine, samo nekoli-ko nedelja pošto su se talibani vratili na vlast u Avganistanu.

Previsoka cena za ljubičastu boju

Ljubičasta boja dugo je asocijala na kraljevsku i carsku lozu, jer su jedino vla-dari i njihovi najbliži rođaci bili u mogućnosti da priušte sebi taj veoma skup pigment. Dovoljno je reći da je u vreme starog Rima bilo potrebno četiri miliona zdrobljenih ljuštura školjki da bi se napravilo oko 450 grama ljubičasog pigmen-ta. Očigledno da još tada ljudi iz te skupine nisu bili zainteresovani za zaštitu prirode.



Globalno tržište boja u porastu

Globalna industrija boja i lakova, kao glavna podskupina međunarodne hemijske industrije, posle pada od oko 107 milijardi dolara tokom 2020. godine, polako se oporavlja. Obim globalnog tržišta boja i lakova iznosio je skoro 38 mili-jardi litara u 2019. godini. Procenjena vrednost te industrije u 2020. bila je oko 158 milijardi dolara. Očekuje se da će to tržište nastaviti da raste, pa tako iz istraživačke kuće Statista najavljuju da će do 2028. godine ono dostići skoro 200 milijar-di američkih dolara. Rast tržišta boja uglavnom podstiče sve veća potražnja u građevinskoj industriji, ali i u automobilskoj industriji i industriji kalema, drveta i ambalažnih materijala.

Neka zidovi mirišu

Dodavanjem mirisa Paint SCENTSations u boju prilikom krećenja, farbanja neutrališete neprijatne mirise i dodajete trajnu svežinu atmosferi.

U ponudi su mirisi: **ČISTO i SVEŽE, LIMUN, TROPSKI VETAR, VANILA**



BEOGRAD, N. Beograd, Bulevar M.Pupina 199A, 011/260-51-20; **Zemun**, Ugrinovačka 206, 011/261-51-61, 316-13-56; **Bežanija**, Vojvodanska 2, 011/627-60-64; **Vračar**, Maksima Gorkog 71, 011/344-71-71; **Voždovac**, Vojvode Stepe 26, 011/246-00-32; **Čukarica**, Lazarevački drum 21, 011/755-44-63; **Zvezdara**, Dimitrija Tucovića 107, 011/243-3357; **Dorćol**, Žorža Klemansoa 18a, 011/728-01-22; **N. Beograd**, Španskih boraca 3a, 060/222-40-10; **Banjica**, Paunova 12b, 011/398-45-65; **LOZNICA**, Vojvode Putnika bb, 015/88-94-43; **NIŠ**, Pantelejska br. 67, 018/421-27-92

www.roma.rs

Prva žena dekorater

Ukoliko mislite da su žene u svet modernog dizajna enterijera ušle dosta kasnije od muškaraca, prilično se varate. Elsi de Volf, nakon udaje poznata i kao Ledi Mendel, rođena je 1865. godine u Njujorku, a umrla u 85. godini u Versaju, u Francuskoj. Školovala se u Americi i Škotskoj. Najpre se uspešno bavila glumom na Brodveju, a kada se u svojoj 40. godini povukla sa scene, počela je da osvaja dizajn enterijera. U taj svet, koji je do tada pripadao isključivo muškarcima, uspeła je da uđe zahvaljujući svojim vezama u društvu, ali je ubrzo postala veoma popularna i za kratko vreme postigla veliki uspeh. Kao članica Colony Cluba, njujorškog prvog ženskog privatnog kluba, koji je osnovan 1907. godine, imala je čast da dekoriše prostorije u kojima su se okupljale najmoćnije Njujorčanke. Kao i svaki veliki dekorater, kršila je sva dotadašnja pravila u dizajnu, unoseći ženstvene vibracije u prostorije i baštu kluba. Bila je prva žena profesionalni dizajner enterijera, a najpoznatija je po svom inovativnom i antiviktorijanskom stilu. Njeni principi u dizajnu bili su jednostavnost, transparentnost, upotreba ogledala, laganih boja i tkanina, što je sve zajedno ostavljalo jak vizuelni utisak.



Za prijatan miris zidova

Ako želite da zidovi u vašem stanu mirišu, postoji jedan trik koji možete upotrebiti tokom krećenja. Umeštaie jednu kafenu kašičicu ekstrakta vanile u svakih pola litre boje. To se može koristiti sa tamnim ili jarkim bojama, a nije preporučljivo kod svetlih ili pastelnih nijansi, jer može doći do promene boje ili pojave fleka. Ekstrakt vanile će popraviti miris koji u prostoriji ostaje nakon premazivanja zidova bojom, a i zadržaće se neko vreme.



OBEZBEDITE SVOJ **BESPLATAN** **PRIMERAK** ČASOPISA TON

Ukoliko želite redovno da dobijate časopis Ton, potrebno je samo da popunite formular i Ton će redovno stizati na vašu adresu. Besplatan primerak časopisa možete naručiti i SMS-om, slanjem poruke sa tekstem: ime, prezime, adresa i broj telefona, na broj 065/222-4008.

✂

Ime, prezime i delatnost:

Adresa (adresa firme) i broj telefona:

Voleo bih da u časopisu Ton – energija boja čitam i o:

Čitko popunjenu porudžbenicu pošaljite na adresu:

Roma Company

Milana Rešetara 11, Zemun

Tel./fax 011/222-4000

Časopis Ton možete da čitate i onlajn, na sajtu

www.roma.rs

MagPaint
europe



MAGNETNA BOJA

MAGNETPAINT pretvara svaki zid u 'magnetnu' površinu za magnete!

To nudi širok spektar neverovatnih mogućnosti za upotrebu magneta na gotovo svakoj površini.

Čak i na zakrivljenim površinama na kojima su oglasne table i panoi neprikladni, **MAGNETPAINT** omogućava kreativno korišćenje prostora na zidu.

MAGNETPAINT je lateks boja na vodenoj bazi sa nerđajućim česticama gvožđa i može se i prefarbati bez problema.

Magnetska snaga će zavistiti od broja nanetih slojeva i veličine i čvrstoće korišćenih magneta.

Širok spektar mogućih primena: kod kuće, u dečijim igraonicama, obdaništima, u kancelariji, u prodavnicama ili na sajmovima, u obrazovanju ili u zdravstvu....



PIŠI - BRIŠI BOJA

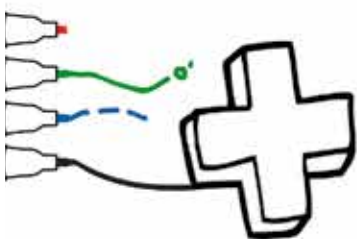
SKETCHPAINT pretvara gotovo svaku glatku površinu u površinu sa karakteristikama piši-briši table po kojoj se može pisati i brisati odgovarajućim markerima.

Na taj način je moguće napraviti velike prostore za pisanje i crtanje, čak i cele zidove u konferencijskim salama, kancelarijama, školama, dečijim sobama

Ako želite da površina bude ujedno i magnetna, tada prvo kao podlogu nanosimo **MAGNETPAINT**.

SKETCHPAINT je raspoloživ kao beli ili bezbojan premaz, oba u sjajnoj ili mat verziji.

Bez mirisa je i bez štetnih materija (bez VOC-a)



DODATNI ASORTIMAN



Uz magnetnu boju **MAGNETPAINT** i piši - briši boju **SKETCHPAINT** u ponudi je i veliki asortiman odgovarajućih izuzetno jakih (neodimijumskih) magneta u raznim oblicima , kao i markeri za pisanje po piši - briši površinama i sredstva za njihovo održavanje - čišćenje.



ROMA
company
Boje • Fasade • Tapete

Milana Rešetara 11
Zemun
Tel. 011/222-4000
www.roma.rs

JUPOL i Crveni krst Srbije za decu!



Kupovinom proizvoda JUPOL Plus 15L
donirajte za oporavak dece!

Akcija traje od 01.01.2022. do 31.12.2022.

Za više informacija posetite www.jub.rs.

