



Godinama unazad, Srbija se priključila globalnom trendu biranja destinacija u vreme letnjih odmora. To više nisu atraktivna mesta na moru, već pre svega planinska turistička naselja ili zaseoci, sa zanimljivim sadržajima i prijatnijim temperaturama. Zato ne čudi, što je Zlatibor, odmah posle srpske prestonice, najposećenija turistička destinacija tokom leta, ali i tokom godine.

Gospodin Miodrag Ilić, direktor prestižnog hotela „Olimp“ na Zlatiboru, tvrdi da je ova planina posećenija leti nego zimi i da je letnja turistička sezona duža od zimske. Turistički poslenici Zlatibora, koji je je 2013. godine obeležio jubilej - 120 godina organizovanog turizma kao svedočanstvo dugog trajanja i postojanosti onoga što istinski vredi, uspevaju da održe izuzetno visok kvalitet usluga i svake godine uvode novine, kako bi svojim vernim gostima uvek pružili razlog da se vrate. Menadžment Hotela „Olimp“ je u tome prednjačio od samog starta, 2001. godine. Dika i ponos za vreme kada je podignut, vrlo brzo je svoje sadržaje „osvežio“ i danas jedinim olimpijskim bazenom u okolini. Godine 2010. usledila je dogradnja smeštajnih kapaciteta, a godinu dana rada obeležava i wellness&spa centar, u okviru hotela, najveći i naopremljeniji, i to ne samo na Zlatiboru. - Hotel „Olimp“ je najaktuelniji leti zbog otvorenih bazena, olimpijskog i dečjeg, a sada i wellness&spa centra, zahvaljujući kojem smo zabeležili porast gostiju u odnosu na isti periodu prošle godine od čak 40%. Nismo ni očekivali da ćemo imati ovoliki skok - objašnjava gospodin Ilić, koji napominje da su kapaciteti hotela popunjeni do početka septembra, svi vikendi do oktobra, za kada je najavljeno nekoliko kongresa i seminara, koji se godinama unazad održavaju u kongresnom centru Hotela „Olimp“. Međutim, nije samo wellness&spa centar „krivac“ za pozitivan bilans u ovom i prethodnom periodu, kada je reč o popunjenosti hotelskih kapaciteta. - Za proteklih 17 godina, koliko posluje ovaj hotel, 90% sadašnjeg personalala je prisutno od prvog dana, što je raritet ne samo za Zlatibor nego i uopšte. „Olimp“ ima svoje stalne goste, i naš personal poznaje njihove navike i potrebe, a gosti znaju šta mogu da očejuju. I taj odnos sigurno doprinosi popunjenosti kapaciteta hotela. Poverenje, osećaj „kao kod svoje kuće“, je od početka bila filozofija vlasnika hotela i moja lična, koju smo uspeli da prenesemo na čitavo upravljanje hotelom, što nas čini prepoznatljivim i poželjnim mestom za boravak, domaćih ali sve više i stranih gostiju - objašnjava gospodin Ilić. Hotel je jednak živom organizmu i zahteva stalne intervencije, renoviranja i adaptacije, one radikalne svakih 5 - 10 godina. Sledeća stavka, prema rečima direktora, biće renoviranje soba u „starem“ delu, i njihovo podizanje na rang lux soba iz novog dela, proširenje smeštajnih kapaciteta i dr. Kako bilo da bilo, Hotel „Olimp“ je bio i ostao reprezent turističke destinacije koja je daleko odmakla od standarda zemlje u kojoj se nalazi.



