



Od juna, specijalitete poput užičke ili komplet lepinje tj. lepinje za sve, pite od heljde, pršute, sira, kajmaka, kačamaka, do domaće rakije i lekovitog bilja, naći će se na meniju hotela, restorana i drugih ugostiteljskih objekata, kao i seoskih domaćinstava regije Zapadne Srbije, dizajnirani i upakovani, pod nazivom „Planinski doručak“.

Miroslav Rađen, direktor Turističke organizacije regije Zapadna Srbija objasnio je da se projekat „Planinski doručak“, koji će biti realizovan uz pomoć Regionalne razvojne agencije Zlatibor, i danas nalazi na menijima nekih ugostiteljskih objekata, ali da je potrebna veća sinergija, kako bi tradicionalni domaći proizvodi bili prepoznatljiviji i vidljiviji turismita.

- Mi smo destinacija koja je poznata po gastronomiji, ali želimo da povežemo lokalne proizvođače, kojih ima mnogo u našem kraju, sa ugostiteljskim objektima, tako što će se njihovi kvalitetni proizvodi, vezani za tradiciju kraja, naći na menijima ugostiteljskih objekata - objasnio je gospodin Miroslav Rađen.

Turistička organizacija regije Zapadna Srbija će biti nosilac žiga garancije kvaliteta i „Planinski doručak“ će registrirati kod Republičkog zavoda za intelektualnu svojinu i samim tim garantovati za kvalitet ovih proizvoda. Cilj ovog projekta nije samo distribucija domaćih proizvoda, već i podizanje kvaliteta usluge u tim objektima, način pripreme i usluživanja tih proizvoda. Plan je da se u svakom ugostiteljskom objektu osmisli kutak koji će nositi oznaku „Planinski doručak“. Na Zlatiboru će to biti „zlatiborski“, u Užicu „užički“, na Zlataru „zlatarski doručak“... Svaki doručak sa različite destinacije biće jedinstven i poseban, ali svi će biti zasnovani na tradicionalnim proizvodima, što će doprineti upotpunjavanju gastronomске ponude regije Zapadne Srbije.

Turistička organizacija regije Zapadna Srbija promovisala je „Planinski doručak“ i na 37. Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu, i izazvala veliko interesovanje posetilaca,

- Mi već duži niz godina nastupamo kao turistička regija Zapadna Srbija koja obuhvata područje 11 opština i može se reći da je to najperspektivnija turistička destinacija u Srbiji. Taj regionalni koncept se pokazao kao dobar zato što turista želi da poseti jedan region, ne samo određenu destinaciju - rekao je gospodin Rađen i dodao da su na Sajmu promovisane i nove turističke rute, aranžmani rađeni u saradnji sa turističkim agencijama i hotelijerima koje obuhvataju konkretne turističke programe, sa cenama od produženog vikenda do sedam dana boravka. To je nešto što je, po rečima našeg sagovornika, nedostajalo ovoj regiji tokom prethodnih godina, jer je mali broj receptivnih turističkih agencija u Srbiji, a cilj ovog projekta je da se turistima ponudi gotov proizvod.

Aranžmani poput „Čarobnog turističkog prstena“, „Čudesnim drumovima rakije i maline“, „Tri

dana u zavičaju Belog Andjela“, neki su od osam ponuđenih doživljaja koji obuhvataju celu regiju, i prilagođeni su određenim segmentima i ciljnim grupama turista.

Posle izuzetno uspešne zimske sezone, koja je obilovala snegom na Zlatiboru, Tari, Zlataru, koji je doprineo turističkom prometu većim za 20% u odnosu na prethodnu godinu, a Tornik bio uvršten među tri top destinacije u Srbiji, vikenda kada nije moglo da se nađe slobodan krevet, turistički radnici Turističke organizacije regije Zapadna Srbija očekuju, da će, zahvaljujući između ostalog i projektima poput „Planinskog doručka“ i novih turističkih ruta, letnja sezona biti, ne manje uspešna. Sudeći po svakodnevnim gužvama na štandu, jasno je da su osetioci Sajma prepoznali trud, rad i nastojanje turističkih radnika da ovu izuzetnu destinaciju učine još zanimljivijom.

