



Na 86. Međunarodnom poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu predstavljena je luksuzna publikacija „Riznica ukusa Vojvodine“ (Novi Sad, april 2019). Publikaciju su zajednički kreirali i objavili DDOR Novi Sad a.d.o., Udruženje konviviium (convivium – živimo zajedno) „Slow Food Sebija“ u saradnji sa Naučnim institutom za prehrambene tehnologije iz Novog Sada (FINS). Posebna zahvalnost upućena je Ambasadi Italije u Srbiji, Gradu Somboru, Savezu „Original Srbija“, prof. dr Vladislavu Ognjanovu i dip. ing. Zoranu Rajkoviću, koji su pomogli da ovaj projekat bude realizovan.

U predgovoru prvog izdanja ove publikacije piše da je „DDOR Srbija sada deo italijanske UNIPOL grupe, odlučio da inicira nastanak i promociju ove publikacije sa ciljem da predstavi ukuse tradicije, strasti i znanja koja čuvaju i nude proizvođači tipične vojvođanske hrane“. Na preko 100 bogato ilustrovanih stranica, predstavljeno je 44 poljoprivredna, poljoprivredno-prehrambena proizvoda kao i tradicionalna jela od tih proizvoda podjeljenih u sedam grupa (Karakteristične biljke i životinje; Proizvodi od voća i povrća; Testenine i pekarski proizvodi; Mlečni proizvodi; Proizvodi od mesa; Med; Tradicionalna jela. poslastice i napici).

Povodom promocije „Riznice ukusa Vojvodine“ održan je panel. Predsednik Pokrajinske vlade, gospodin Igor Mirović, je istakao da iza ove monografije stoje iskrene emocije, i da ona osim praktičnog značaja za razvoj Vojvodine, predstavlja i svojevrsni omaž samim proizvođačima autentičnih, vojvođanskih proizvoda. Gospodin Mirović je govorio i o razvojnim planovima Vojvodine i iskazao spremnost Vlade da učestvuje, finansijski, tehnički i na svaki drugi način podrži inicijativu da se ovakvi proizvodi nađu na rafovima i u kuhinjama, i dodao da ovaj projekat nastavlja da živi sa ciljem da male proizvođače, i njihove jedinstvene proizvode, učini vidljivim.

Direktorica Turističke organizacije Vojvodine dr Nataša Pavlović je rekla da se bez jake podrške Pokrajinske vlade turizam u Vojvodini ne bi mogao tako brzo razvijati. Ona je govorila o gastronomskom turizmu, ne više kao potencijalu već gotovom turističkom proizvodu, i njegovoj povezanosti sa drugim vidovima turizma. Podsetila je da je posle šesnaest godina od konstituisanja, TOV dobila Info centar, koji predstavlja spoj tradicionalnog i modernog, značajan sa aspekta predstavljanja malih proizvođača i njihovih proizvoda, ostvarivanja ličnih kontakata sa krajnjim ciljem sinergije komplementarnih delatnosti. Takođe, spomenila je i zaokružen projekat promocije Vojvodine u sva četiri godišnja doba, i jedan kuriozitet, da je najveći problem TOV-a na promocijama što koliko god da ovih proizvoda ima, nikada nije dovoljno.

- Želeli smo da damo doprinos razvoju kulture, turizma i agrokulture i svim specifičnostima koje su karakteristične za Vojvodinu - izjavio je Đorđo Markedani (Giorgio Marchegiani), predsednik Izvršnog odbora DDOR osiguranja i nazvao ovu inicijativu „malim

korakom“ kojim je pomogao zajednici u kojoj radi i živi i obećao da će, dok je na čelu kompanije, koliko god bude moguće sa njegove strane, nastaviti aktivno delovanje.

- Ovo putovanje omogućio je DDOR osiguranje, kompanija koja sa posebnom pažnjom i na jedinstven način brine o ljudima i stvarima, istakao je povodom ovog izdanja. predsednik Udruženja konvivium Slow Food Serbi, gospodin Bijado Karano (Biagio Carrano). Dodao je da je za Slow Food svako tradicionalno jelo jedna priča preuzeta od prethodnih generacija, kao i određen postupak pripreme namirnica i jela, počevši od kvalitetnog odabira sirovina do poštovanja onih koji će to jelo okusiti.

- Ono što je samo pre nekoliko godina bilo smatrano marginalnim, predodređenim za zaborav, danas je postalo centralni faktor teritorijalnog integriteta koji je u stanju da privuče ljude iz različitih delova sveta, zainteresovanih da se upoznaju i uživaju u lepotama i ukusima jedne zemlje. Srbija je neistražena riznica ukusa, početak putovanja, što posebno važno za buduće generacije, jer kada jednom budu naučili da prepoznaju i cene hranu, mogu je koristiti i za ekonomski razvoj i društveni rast - istakao je gospodin Karano.

Dr Predrag Ikonić je naglasio da je projekat rezultat timskog rada, a zatim je govorio o metodologiji, selekciji i utvrđivanju kriterijuma šta sve jedan proizvod treba da ispuni da bi bio autohton. Konkretno, ovih 44 proizvoda izabrano je na osnovu: identiteta, duge tradicije, posebnih svojstva, oznake geografskog porekla ili drugim znacima prepoznatljivosti; njihov značaj za društveni razvoj; zastupljenost; autohtonost rase, da li su pred nestajanjem; teritorijalnost.

Svoje impresije izneli su i Milica Rašković, viši stručni saradnik za participativne projekte i Rade Delibašić, koordinator za gostoprimstvo i turizam, oboje iz Fondacije „Novi Sad 2021“. Oni su saopštili da kroz Kulturnu stanicu „Svilara“, Fondacija pokušava da promoviše lokalne proizvode. Naglasili su da je hrana od izuzetne važnosti za turizam, jer pokreće na putovanja. Izneli su podatak da u Vojvodini ima 37 gastro-manifestacija, da je to najviše u Srbiji i da njih posetioci najviše vole.

Sve ovo navodi na opravdanost svih pokušaja promocije vojvođanskih proizvoda, mirisnih, ukusnih, domaćih, gajenih u prirodnom bogatoj i rodnoj sredini, poznate i po multikulturalnosti i različitim tradicijama, posebno izraženim kroz gastronomiju.





