



www.topsrbija.com

U kalendar vinskih manifestacija, uz čuveni vršački „Grožđebal“, „Borbanske dane“ na Paliću, „Župsku berbu“, beogradski „VinoFest“ i „VinoFest“ u Vršcu, „Pudarske dane“ u Irigu, Karlovačku berbu grožđa..., od ove godine upisao se i „**Internacionalni banatski festival vina**“ u Zrenjaninu, nastavak višegodišnje vinske priče pod nazivom „Najbolje vino Banata“, u okviru kojeg je pored takmičenja u izboru najboljeg belog, roze, crvenog, desertnog i šiler vina, organizovana prodajno-promotivna izložba lokalnih proizvoda, stručna predavanja, uz prigodan kulturno-umetnički program.

Vinski putevi jedan su od najpopularnijih načina obilaska vinarija i upoznavanja vinske scene jedne zemlje. Jedan od devet vinskih puteva u Srbiji, **Južno-banatski put vina ili Put vina Vršac**, odnosi se na mesto gde

se dodiruju Vršačke planine i blaga banatska ravnica, koji je u antičkom Rimu, Ugarskoj, potom u Jugoslaviji, uživao poseban status kada je vinogradarstvo u pitanju.

Put vina Potisja

obuhvata vinogradarski teren istočne Bačke i zapadnog Banata i prostire se na severu od Kanjiže do ušća Tise, obuhvatajući banatska mesta Novi Bečeј, Žabalj, Zrenjanin i Titel.

Vinski put na području Zrenjanina

postoji celu deceniju, ali je do sada nedovoljno eksponiran u turističkom smislu.

Vinski turizam ili „put vina“ je jedna od grana turizma u kojoj se turistima osmišljenim planom pruža prilika da upoznaju kulturu, tradiciju, gastronomiju i druge aspekte regije kojom putuju, a isto tako i sam proces proizvodnje vina, dugi niz godina prisutan u zapadnim evropskim zemljama, koji uključuje posetu vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i izložbama vina. Degustacija vina, a u nekim vinarijama i samo učešće u berbi ili procesu proizvodnje, neretko su i presudni za odluku o poseti određenoj vinariji.

Upravo je na ovu temu direktorica Turističke organizacije Vojvodine, dr Nataša Pavlović, održala panel na prvom „Internacionalnom banatskom festivalu vina“ u Zrenjaninu 2020, početkom marta.

- Poseban je doživljaj poseta vinogradu i degustacija vina u vinskom podrumu u kojem odležava vino u hrastovim buradima, ali vinski turizam je mnogo više od obilaženja vinarija. To je potencijal koji kod nas još uvek nije zaživeo u dovoljnoj meri - istakla je dr Pavlović, dodajući da je dodatna vrednost ono što turisti odlučuju da odaberu baš tu, a ne neku drugu odrednicu.

Važna komponenta koju mora da zadovoljni svaka vinarija, osim kvalitetne ponude vina je njena estetika. Ako se tome doda konzumiranje različitih lokalnih specijaliteta stvoren je uslov za željeni efekat - stvaranje posebnog doživljaja. Takva putovanja su idealna i sa aspekta edukacije, jer se turistima pružaju znanja ne samo o vinu i gastronomiji, već i o

kulturno-istorijskim znamenitostima kraja, prirodnim resursima...

- Turizam ima multiplikativni efekat i putem turizma mogu da se ostvare dodatni prihodi. Kada je turizam Vojvodine u pitanju najviši profit ostvaruje se kroz poljoprivrednu proizvodnju. Godine 2007. TOV je učinio prvi pokušaj u predstavljanju vinske ponude Vojvodine. Registrovali smo 35 vinarija i vinskih podruma koji su pružali uslugu degustacije vina. U Banatu su to bile vinarije u vinskom rejonu Vršac i oazi „Biserno ostrvo“ kod Novog Bečeja, sa pričama o omiljenom vinu evropskih državnika - Krokanu. Danas je situacija sasvim drugačija. U Vojvodini se pored velikog broja malih vinarija razvilo nekolicina velikih, poznatih u regionu i šire. Danas su sve deo turističke ponude rejona kojem pripadaju, jer svoje vino najbolje mogu promovisati i prodati putem direktnog kontakta sa potrošačima - rekla je između ostalog dr Pavlović.

Naglasila je da je stvaranje doživljaja ono što savremeni turista očekuje od posete ovakvim mestima. Na osnovu brojnih obilazaka turističkih destinacija u Pokrajini, zaključak je da vinarija sa dodatnim sadržajem, koji može da se odnosi na plasman lokalne hrane, prisustvo tamburaša, obilazak nekog lokaliteta, vinskih priča, nekog specifičnog koncepta koji je posetu učinio posebnom, drugačijom, ima veći turistički promet i komercijalni efekat. Kao primer navela je vožnju vozićem u Vinariji „Deurić“, pesničko-zdravičarski performans velikog kancelara Banatskog vinskog reda „Sveti Teodor“ iz Vršca, vlasnika Vinarije „Vinik“ Nikole Cuculja. Manifestacije treba da omoguće lokalnim proizvođačima da se predstave i plasiraju svoje proizvode i za pozitivan primer navela najpoznatijeg vojvođanskog proizvođača kulena - Karolja Horvata iz Bačkog Petrovca, prisutnog na svim značajnijim događajima.

Sa aspekta vinskog turizma veliki značaj imaju i vinski viteški redovi, vinski vitezovi sa atraktivnim odoroma i insignijama viteškog reda kojem pripadaju, vrhunski poznavaoци vina, zaslužni za promociju i širenje vinske kulture.

Dr Pavlović je uputila poziv svim učesnicima festivala da se umreže i formiraju zajedničku ponudu vezanu za vinski turizam, u koju će biti uključeni i lokalni proizvođači sira i suvomesnatih proizvoda, oni koji se bave afirmacijom kulturnih sadržaja, koji će artikulisati i dizajnirati nove vrednosti date sredine.





www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com