



Dunavski klaster Istar 21 predstavio je Projekat Bogatstvo različitosti (The wealth of diversity) u Vojvodini na Sajmu turizma WTM u Londonu i tom prilikom izazvao veliku pažnju ne samo turoperatora već i stručnjaka za brendiranje. Jedna profesorka sa univeziteta, stručnjak za brendiranje, smatra da vojvodjanska turistička ponuda može promeniti i imidž cele zemlje i upravo će njeni studenti kao Key study (primer iz prakse) imati zadatak da sa ovako kreiranom pričom osmisle kampanju za promenu imidža Srbije. U razgovoru sa Biljanom Marčetom, menadžerom Dunavskog turističkog klastera Istar21 i kreatorom ovog projekta, od koje smo i dobili izveštaj iz Londona, ona je posavetovala da poruka Vojvodine turistima koji žele da posete Srbiju treba da bude da: „Niste videli Srbiju ako ne posetite Vojvodinu“.

Turoperatorima je naglašen dobar odnos vlasti u Vojvodini ka odgovornom i održivom razvoju turizma, kao i da korist od turizma nemaju samo turisti i turistička industrija već i lokalne zajednice. Ukazano je na činjenicu da turistička industrija traži inovativnost i da se svest turista u velikom meri promenula u poslednjih 15-tak godina. Sada i sami turisti traže destinacije koje nisu namenjene masovnom turizmu, na kojima se upoznaju sa ljudima, kupuju njihove proizvode i svesni su da svojim dolaskom pomažu tim zajednicama da opstanu. Međutim, turisti ipak zahtevaju i uslugu na nivou svetskih standarda i to je nešto na čemu se još mnogo mora raditi.

Vojvodina ima svoje brojne specifičnosti, počev od istoriju i njenih posledica (područje granice između hrišćanske Evrope i Otomanske imperije i njenih ambicija da osvoji Evropu, izgradnja kanala u Vojvodini kako bi se isušilo močvarno zemljište koje je prekrivalo 80 odsto teritorije i stvorili uslovi za naseljavanje, a zatim i sam proces planskog naseljavanja ljudi iz gotovo čitave Evrope, uslovili su bogatu multikulturalnost, multijezičnost i multikonfesionalnost, što je i uslovilo autonomnost prilikom pripajanja Vojvodine Srbiji nakon Prvog svetskog rata, 25. novembra 1918. godine). Ono što turisti mogu da vide i dožive u Vojvodini, dobija sasvim drugačiji smisao od dosadašnjeg predstavljanja turističke ponude Pokrajine. Turističke ture u okviru kojih se svaki dan posećuju druga sela i u njima upoznaju kulture, gastronomija i muzika Srba (sa različitih područja Balkana došli ranije ili kasnije), Mađara, Slovaka, Rumuna, Hrvata, Bunjevaca, Šokaca, Roma, Sekelji Mađara, Bugara (i Bugara katolika), Makedonaca i Slovenaca i drugih naroda koji žive u Vojvodini, izazvale su veliko interesovanje ne samo od strane turoperatora.

Zdenku Mitić, predstavnika NVO Podunavlje iz Bačkog Moštor, jednog od 14 izabranih sela u projektu Bogatstvo različitostim, zatekla je lepa vest upravo tokom nastupa na sajmu u Londonu, da je projektom „Predeli Bačkog Monoštor“ , Srbija nominovana za nagradu „European landscape award“ (Evropska nagrada za predeo) koju dodjeljuje Evropska komisija svake dve godine. Za ovaj projekat Savet ministara je ovom Udruženju dodelio posebnu pohvalu. Certifikat kojim se potvrđuje ovo priznanje biće preko Stalne misije Republike Srbije dostavljen Ministru za zaštitu životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja, kao i drugim

licima koji su svojim angažovanjem doprineli podsticaju aktivnosti Udruženja na očuvanju jedinstva prirode i tradicije Šokaca u ovom selu i prepoznavanju značaja uloge predela za status održivog razvoja Republike Srbije. Aktivnosti na razvoju seoskog turizma u ovom selu i jačanju svesti o značaju zaštite životne sredine i prirode specijalnog rezervata prirode Gornje Podunavlje, započete su pre desetak godina zahvaljujući inicijativi lokalne samouprave i svetskih stručnjaka za zaštitu životne sredine, koji su tada otkrili ovaj predeo nazvavši ga Evropski Amazon.