



Turistička organizacija Vojvodine, koja u 2013. godini obeležava 10-tu godišnjicu od kada je osnovana odlukom Skupštine AP Vojvodine, punom parom se sprema za predstojeći Međunarodni sajam turizma i Međunarodne sajmove LORIST 2013. od 3 do 6. oktobra na Novosadskom sajmu. Gvozden Perković, direktor TO Vojvodine kaže:

-Nastojimo da ispunimo osnovni zadatak zbog kojeg smo i osnovani, a to je da na najbolji mogući način promoviramo Vojvodinu kao turističku regiju u okviru Srbije i sve njene potencijale u svim oblicima turizma. U tom cilju se već više meseci, zajedno sa Pokrajinskim sekretarijatom za privredu i sa Novosadskim sajmom pripremamo za učešće na Sajmu turizma, koji je za nas vrlo bitan. Zahvaljujući Vladi AP Vojvodine i Pokrajinskom sekretarijatu za privredu, koji su omogućili sredstva i finansijski pomogli ne samo sajmu, već i nama iz TO Vojvodine i opštinskim TO, mi ćemo se pojaviti sa brojnim sadržajima na toj manifestaciji. Organizacioni deo u okviru TO Vojvodine je obavljen. U stalnom kontaktu smo sa skoro svim opštinama u Vojvodini. Samo neke se neće pojaviti, jer su tek u osnivanju, ali mogu reći da će 40 od 45 vojvođanskih opština biti zastupljeno na sajmu sa svojom ponudom. Predstavićemo sve ono što se u Vojvodini nudi kao turistički proizvod, od salaša, čardi, vinskih podruma, manifestacija, banja, lovnog i ribolovnog tuizma, aktivnog odmora i dr. i nadam se da će ovaj sajam biti još bolji nego prethodni.

TO Vojvodine nastupa na 250m2 u Master hali Novosadskog sajma, tik uz štand TO Novi Sad, a ove dve organizacije su praktično godinama okosnica sajma, sa sadržajima i dešavanjima ne samo u Master centru, već i u kongresnom delu, gde će i ove godine biti raznih drugih dešavanja poput Godišnje skupštine Yute, Turističke berze, predavanja, seminara, edukacija...

-Turizam je treća privredna grana u svetu. Broj turista kontinuirano raste. Otvaraju se neka nova tržišta, (Rusija i Kina) i mi smo se potrudili da deo materijala sa ponudom Vojvodine napravimo na ruskom, a neke materijale smo štampali na pet ili čak šest jezika. Ono što nemamo i što nismo stigli da isfinansiramo, jeste objedinjen prospekt privatnih kompanija koje imaju svoju turističku ponudu u Vojvodini, kojih je sve više, jer prepoznaju da je ovo dobro tržište što se tiče turizma. Uostalom, ekonomski pokazatelji efekta turizma u Vojvodini su poslednjih godina konstantno pozitivni. Preko 100 miliona dolara je zarada od turizma na godišnjem nivou. Oko 12% noćenja u Srbiji otpada na Vojvodinu, što je dobro s obzirom da nismo još izrazito razvijena turistička regija i da imamo još puno potencijala. Sa zadovoljstvom mogu da kažem da iz godine u godinu imamo nove vinske podruma, vinograde, nove salaše i čarde, hotele, da sve više ljudi prepoznaje da kroz tuizam može da se zaradi i od toga živi pristojno. Sve više turizam postaje porodičan biznis, što je ne samo jedan vid zapošljavanja, već

i jedan novi vid plasmana naših poljoprivrednih proizvoda, jer nije svejedno da li će se paradajz prodati na pijaci ili kroz tanjir.

*Da li ste zadovoljni ulogom TO Vojvodine u povezivanju svih turističkih subjekata u Pokrajini?

-TO Vojvodine nastoji da sadržajnim nastupima na sajmovima u regionu i šire, uvek bude ona karika koja je nedostajala. Gotovo uvek organizujemo zajednički nastup, jer što je ponuda raznovrsnija to znači da je i bolja. Činimo sve što možemo za turističku privredu, za turističke organizacije i druge turističke subjekte, za koje su nastupi uvek besplatni. Smatramo da smo u obavezi da promoviramo sve u Vojvodini što je u vezi sa turističkom privredom i mi to radimo. Uostalom, svi naši nastupi u dobroj meri zavise od tih subjekata, što su i oni sami prepoznali. U većini opština je teška finansijska situacija, ponegde nema dovoljno razumevanja za turističku privredu. Svima njima jako znači kada im omogućimo nastup na nekom sajmu, opremimo štand, omogućimo da promoviraju svoje proizvode, a to istovremeno diže njihov rejting prema tim subjektima pred kojima nastupaju. Svi, uslovno rečeno, zavisimo jedni od drugih, jer nama je u interesu da taj salaš, čarda, agencija, hotel, muzeji, budu posećeni, da dođe što više turista, a to neko mora da izreklamira, da proda.

*Na kojim je sve sajmovima, ove godine nastupala TO Vojvodine?

-Od Pešte, Banja Luke, sada idemo u Bijeljino i Niš, bili smo u Budvi, Skoplju, Kragujevcu, Sofiji, Bukureštu, Milanu, Bratislavi, Berlinu, Štuttgartu, Moskvi, sa TO Srbije imaćemo zajednički nastup u Londonu, sa Pokrajinskim sekretarijatom za privredu do kraja godine trebalo bi da idemo u Pariz, pa na sajam privrede u Celju gde je turistički segment izuzetno jak, na kojem ćemo prirediti „Vojvođansko veče“. Sve su to sajmovi koje se mi trudimo da finansijski ispratimo, uz one na koje nas poziva TO Srbije. Zahvaljujući Pokrajini koja je propoznala potrebu da kroz sajmove promoviramo turističku ponudu i na kojima se potencijalni turisti infirmiraju o tome šta imamo da ponudimo, uspevamo da se predstavimo na pravi način.

Promocija Vojvodine ide i preko našeg sajta www.vojvodinaonline.com. Prošle godine smo završili obnovu sajta, ali to je živa materija koja zahteva stalan rad. Nekada nailazimo na nerazumevanje naših partnera, pa ostajemo uskraćeni za informacije o nečem lepom i novom zato što nas nisu obavestili, ili o promeni adrese, i sl. Ozbiljno smo shvatili potrebu kvalitetnog i pravim informacijama opskrbljenog sajta, jer se veliki procenat turista informiše tim putem. Imali smo pozitivnih sugestija i pozitivnih kritika, a mi se trudimo da ga redovno ažuriramo i da svakim danom bude bolji.

*Na vašem sajtu se uz “friške” informacije mogu naći i najave gotovo svih vojvođanskih manifestacija. Koliko su po vašem mišljenju manifestacije privredna “šansa” Vojvodine i na koji način ih podržavate?

-Petu godinu smo u prilici da izdajemo Katalog manifestacija u Vojvodini, koji može da se nađe i na našem sajtu. Ove godine je registrovano oko 1.170 manifestacija. Manifestacije su jako bitne, jer su one na neki način i imidž Vojvodine, preko kojih turisti mogu da se upute i u kulturu, istoriju, gastronomiju, običaje... Među njima ima mega manifestacija poput Novosadskog poljoprivrednog sajma, Filmskog festivala u Subotici, EXIT-a, Groždebala, Pasulijade, Internacionalnog karnevala u Pančevu, do onih malih, seoskih. Međutim, nama su sve one bitne. Pokušaćemo naredne godine, u saradnji sa Pokrajinskom vladom, PMF-ovim Departmanom za geografiju, turizam i hotelijerstvo, zatim privatnim univerzitetima EDUCONS, TIMS, Singidunum, da edukujemo ljude koji prave te manifestacije, da npr. Turijska kobasicijada ne traje samo dva, tri dana. Kulenijade, sremske, slovačke, Kuglof u Sr. Karlovcima i dosta drugih manifestacija vezanih za hranu imaju svoj odjek tokom cele godine. Pokušaćemo da pomognemo da ti brendovi uđu i na rafove supermarketa, da ih možemo kupovati tokom cele

godine, da se i na taj način zaposle ljudi, da to bude neki podstrek da ljudi ostaju na selu i rade, i pritom zarade. Na taj način mladi ljudi bi ne samo ostali na selu, na svome, već bi i radili ono što najbolje znaju, a time bi se smanjio pritisak na grad i bilo bi manje socijalnih problema. Turizam je velika šansa Vojvodine i Srbije da se mnogi ljudi zaposle i da ostanu u ruralnim područjima. Nastojaćemo da od brendova "u vazduhu" napravimo nešto konkretno, jer imamo kvalitet, znanje i naše najveće bogatstvo - 27 naroda koji žive u Vojvodini sa svojom tradicijom, kuhinjom i svim ostalim. Naše je da im kroz edukaciju pomognemo da se udruže i da sve svoje benefite iskoriste. Veliki deo manifestacija u Vojvodini je vezan za hranu, a one trebaju da su podstrek za dalji razvoj.

Drugi deo strategije bi bio da učinimo da se u svim našim ugostiteljskim objektima nudi lokalna, domaća hrana, da se proizvodi određenog kvaliteta, standarda, nivoa, nađu u restoranu, umesto industrijskih. Bilo je slučajeva da se na nekom salašu, mogao probati ajvar napravljen u seoskom domaćinstvu, ali je taj ajvar kada je gost hteo da ga kupi bio skuplji nego ajvar sa polica hipermarketa, umesto da bude jeftiniji. To je neka priča koja mora da se reši kroz razgovore i edukaciju, jer u suštini svega je ekonomski interes, zbog toga se radi. U svakom slučaju mi u TO Vojvodine ćemo nastojati da damo pun doprinos da turizam bude podstrek da se neke druge stvari u društvu pokrenu nabolje – izjavio je Gvozden Perković.