



Novosadska Turistička agencija „Magelan“ (Pašićeva 7) jedna je od najaktivnijih, koja turizam u Srbiji i koja se trudi da uvek novim idejama ponudi tržištu interesantne programe. „Magelan“ je agencija koja razume domaći turistički potencijal i nastoji da ga promoviše kako u zemlji tako i van naše zemlje.

Biljana Marčeta, koja je na čelu ove porodične firme, koja posluje već 20 godina, u razgovoru za Top Srbiju, iznela je svoju ocenu minule 2014. godine u oblasti turizma.

-Za Turističke agenciju „Magelan“ ova godina je uspešno završena. Ostvarili smo gotovo 20% veći turistički promet u receptivnom turizmu.

Imali smo turiste iz 32 zemlje, od Australije do Amerike. Magelan se trudi da na tržištu ponudi kako klasične tako i programe sa određenim temama. Tako su se u našem kalendaru izleta u ovoj godini našle ponude klasičnih izleta, vinskih tura, šoping tura po Vojvođanskim selima, ture sa temom I sv. rata, „Putevi srpskih zmajeva“, putevi Nikole Tesle, ali i posebni programi namenjeni penzionerima po atraktivnim cenama. Naravno tu su i tradicionalni Magelanovi izleti iznenađenja.

Pored kreiranja specifičnih tematskih tura, trudimo se da podižemo nivo kvaliteta naših usluga pa iz tog razloga dosta radimo sa pružaocima usluga u našem lancu dobavljača. Posebna pažnja se posvećuje i pažljivo birmo vodiče koji će našim gostima preneti svu našu strast prema destinacijama u Srbiji, našoj istoriji, kulturi, ljudima.

Magelan ima konstantno dobru saradnju sa opštinskim turističkim organizacijama i na tom polju zaista nemamo nikavih zamerki. Međutim, nedostaje bolja komunikacija sa Turističkom organizacijom Srbije i TO Vojvodine, i u tom segmentu bi se moglo dosta toga unaprediti. U smislu većeg interesovanja za rad receptivnih agencija i onoga što one nude, a što bi ove turističke organizacije mogle pomoći u promociji. Smatram da bi bilo sasvim korektno da se bar tri puta godišnje sastanemo radi pravljenja zajedničkih planova šta i kako dalje raditi i unapređivati promociju, da nas isprate u nekim našim aktivnostima, da dogovaramo kako prilagoditi propagandni materijal tržištima na kojima nastupamo, da nam pomognu u dovođenju stranih turoperatora...

Nedostaje koordinacija i sa Pokrajinom. Ja sam bila pozvana da budem član Saveta za turizam pokrajine, ali ideja oko saveta i programa koji smo trebali da napravimo nije do kraja realizovana, što je velika šteta. Volela bih kada bismo bili više uključeni i konsultovani oko planova razvoja i promocije Pokrajine, obzirom na svo naše znanje i iskustvo na međunarodnom planu. Pre nekoliko godina smo uz podršku Pokrajine započeli jedan veliki i ozbiljan projekat „Bogatstvo različitosti“, koji je vođen od strane Dunavskog turističkog klastera (Biljana Marčeta je menadžer klastera, prim. aut.), ali poslednjih godinu i po dana Pokrajina kao

da je izgubila interesovanje za nastavak tog projekta. Klaster je redovno podnosio zahteve na konkursima za različite projekte, ali su oni uglavnom nisu prolazili. Došli smo u situaciju da je više sredstava u poslednje dve godine dobilo Udruženje turističkih novinara ili neka manja seoska udruženja nego Dunavski turistički klaster ili receptivne agencije.

U januaru TA „Magelan“ će ugostiti novinare BBC-a, koji snimaju dokumentarni film na temu ptica, konkretno sova, i očekujem da će posle emitovanja tih reportaža, sredinom godine ili krajem 2015. godine da počne intenzivnije interesovanje za Bird Watching u Srbiji. Na žalost morali smo odbiti jednu grupu vrhunskih novinara među kojima su i novinari National Geographica za boravak u Vojvodini jer nismo našli razumevanje i podršku za realizaciju takvog projekta koji bi sigurno mnogo doprineo promociji Vojvodine kao destinacije na inostranom tržištu.

TA „Magelan“ je uspostavila dogovor sa TO Apatin, a naš zadatak bi bio da pomognemo da Apatin bude jedna od zaustavnih stanica kruzerima, koji plove Dunavom od Nemačke do Crnog mora. Moram da kažem da to ide prilično teško, jer je problem ubediti brodare da, pored uobičajenih destinacija, stanu na nekoj novoj. Problem je u tome što brodovi imaju tačan broj dana u koji treba da uklope plovidbu i zaustavljanja, i da bi se zaustavio u Apatinu, morali bi da preskoče neku od već afirmisanih destinaciju.

Što se tiče Novog Sada, pokrenuli smo inicijativu za rešavanje pitanja pristupa Petrovaradinskoj tvrđavi. Nedopustivo je da najznačajnija turistička atrakcija Novog Sada bude nedostupna za turiste, i to one koji najmasovnije dolaze, sa brodova, koji su u proseku starosne dobi od 60 -70 godina, i koji ne mogu dugo i naporno da pešače. Mislim da nije korektno insistiranje na parkiranju kod restorana „Trag“ u podnožju tvrđave, i zabrana izlaska do vrha. Osim fizičkog napora, turisti koji obilaze naš grad dolazeći sa brodova, imaju isplanirano da u Novom Sadu provedu 3-4 sata, što ni izbliza nije dovoljno bez organizovanog prevoza do željene destinacije. Iz razloga što je Tvrđava postala nedostupna, neki brodovi su prestali da staju u Novom Sadu. To još uvek nije u zabrinjavajućim razmerama, ali tendencija je prisutna, što ne možemo zanemariti. Mi smo pred nadležne izašli sa konkretnim predlozima za rešenje ovog problema, ali do sada ništa nije učinjeno.

Tokom 2015. godine u našoj zemlji još uvek će biti prisutan trend gastronomskog i vinskog turizma. Pojavljuju se i novi zahtevi koji idu ka kreativnom turizmu, kada turisti na određenoj destinaciji traže da budu uključeni u lokalne aktivnosti i običaje, da nauče nešto novo: da igraju kolo, da kuvaju, izrađuju slike od slame, delju drvo i slično. To nije masovan turizam, ali Srbija nije zemlja masovnog turizma, i mi moramo ići ka nekim uskim segmentima, ka nekim specifičnim tržišnim nišama i za njih pripremati takve ponude.

Srbija je primamljiva destinacija za one koji se zanimaju za istoriju, arheologiju, za sve one koji žele da upoznaju različite kulture, miks istoka i zapada... TA „Magelan“ je organizovao geo-ture sa posetama rudnicama, Deliblatoj peščari i slične. Trendovi takođe idu ka aktivnom turizmu, i sve popularnije su biciklističke ture. Ove godine ćemo organizovati nekoliko grupa biciklista kroz Vojvodinu, tzv. „Lux“ bicikliste, koji će odsedati u skupim hotelima, jesti u elitnim restoranima, ali putovati biciklom kao prevoznim sredstvom.

U 2015. godini Turistička agencija Magelan ulazi sa tri sopstvena vozila: od 15, 20 i 30 sedišta, uvek spremnih da prihvate bilo koju grupu turista i da im pruže uslugu kontrolisanog kvaliteta. Jer, koliko je važan vodič, u TA „Magelanu“ su na osnovu dugogodišnjeg iskustva shvatili da je isto toliko važan i pouzdan vozač. To znaju da cene posebno strani turisti, i ne retko su posebno zahvalni za tu vrstu usluge.

Za 2015. zacrtali smo ne samo povećanje broja turista i podizanje kvaliteta usluga već i

stepenicu više, a to je obezbeđivanje jednog od međunarodnih certifikata koji će našim partnerima iz inostranstva biti garancija da smo agencija koja posluje po međunarodnim standardima, poštujući principe održivog i odgovornog turizma - obavestila je Biljana Marčeta.