



Vojvodina ima dugu tradiciju gajenja vinove loze, sa kojom donedavno nismo bili ni upoznati. Poslednjih desetak godina vinogradarstvo je u ekspanziji i sve više je onih koji se opredeljuju za proizvodnju kvalitetnih vinskih sorti grožđa, od kojih proizvode kvalitetna vina, uz poštovanje savremene tehnologije. Ne zanemaruje se ni marketing, dizajn, i to su verovatno razlozi zašto je taj vid turizma i privredne delatnosti u prosperitetu. Jedan od pokazatelja da je to tako bio je i Ravangrad Wine Fest – Festival vina i hrane, koji je u organizaciji Turističke organizacije opštine Sombor i pod pokroviteljstvom Grada Sombora, 5. decembra u Gradskoj hali „Mostonga“ okupio preko 70 izlagača, od kojih 40 vinara i vinskih kuća.

Direktor Turističke organizacije Vojvodine, gospodin Gvozden Perković, je tom prilikom primetio da je od broja izlagača bitniji broj posetilaca, jer, bez tražnje nema ni ponude i obrnuto i ta zajednička energija, ali i potreba ljudi da popiju dobro vino, daje podstrek da se ta delatnost sve više razvija. Razne promocije, festivali, sajmovi pre svega vina, kroje jednu drugu mapu vinskih rejona. Do sada su Fruška gora i Vrščki breg bili sinonimi za vojvođansko vinarstvo, a sada se ispostavilo da je to mnogo kompleksnija i šira priča. Telečka visoravan, Sombor, Subotica, Kula, Žabalj, Bačka Palanka, Temerin, Biserno ostrvo, samo su neki od mikroprostora sa autentičnim sortama grožđa od kojih se dobijaju lokalna vina.

- Vojvodina ima velike preduslove za gajenje vinove loze, i između ostalih, i Somborci su prepoznali mogućnost da se od te delatnosti može pristojno i kvalitetno živeti, da je to privredna grana u koju ulaganje donosi rezultat. Rezultat takvog razmišljanja je i Ravagrad Wine Fest i sve ono što smo tamo mogli da vidimo. Istina je da vinograđi traže slugu, ali pre svega, vinarima omogućavaju da uz pošten i kvalitetan rad mogu izvući korist. To je posao ne za jednu, nego za više generacija. Ko god se opredelio da se time bavi, ali pošteno i kvaliteno, u smislu tehnologije, postupka prerade i proizvodnje, može očekivati pozitivne rezultate. Dobar primer je ono što smo videli u Somboru. Rejona u Vojvodini, koji do pre desetak godina nisu postojali kao vinski, sada ima sve više. Za koji dan imamo slično dešavanje u Žablju. Imamo jako puno malih poseda koji su se opredelili za obnavljanje starih zasada, ali i njihovo proširenje. To je za svaku pohvalu, a mi iz TOV-a ćemo se potruditi da te proizvodače i te manifestacije što kvalitetnije predstavimo preko našeg sajta ili publikacija kojima predstavljamo Vojvodinu na svim domaćim, ali pre svega ino sajmovima - izjavio je gospodin Perković.

On je napomenuo da uz vino, ide i dobra rakija, kvalitetna vojvođanska hrana i sve je to miks onoga što Vojvodina ima, kao što je vojvođanski turizam miks različitih delova turizma, svih osim onih koje Vojvodina nema, skijanja i mora. Kao što je Vojvodina izmešana narodima, tradicijom, kulturom, tako je i turizam mešavina raznih podvrsta koje samo zajedno mogu dati

rezultat. A Ravangrad je bio primer upravo tog miksa, pa je pored onog što je odgovaralo temi Sajma, bilo udruženja koja su predstavila narodne rukotvorine, suvenire, i sve je to davalo sliku jedne šarene i bogate Vojvodine, onakve kakva ona i jeste. I upravo takvu Vojvodinu, originalnu i šarenu, turisti žele da vide, dožive i konzumiraju.

Na pitanje da li je u ovakvim situacijama potreban veći angažman turističkih agencija koje bi organizovale dolazak gostiju iz Beograda, Novog Sada, gospodin Perković je odgovorio:

- Ništa ne može na silu. Kada se oseti potreba i želja da se tako nešto realizuje, tehnički je to lako izvodljivo. Zahvaljujući medijima, i svima nama koji se bavimo promocijom turizma, mislim da će se to i dešavati. Ako samo ako gosti koji su ove godine prisustvovali ovoj manifestaciji, prenesu svoje utiske svojim prijateljima, kolegama, o tome kako su se dobro proveli, svi oni će osetiti potrebu da čuju, dožive isto već sledeće godine. I to je najbolja reklama. Naravno, uz pratnju medija, proizvođača. To je sinergija koja podiže naš turistički proizvod i rezultate koje ostvaruje turizam Vojvodine. Za poslednjih deset meseci beleži se rast i broj dolazaka i noćenja, kojih je za 7% više nego prethodne godine, što je veliki uspeh u doba recesije, i kada znamo da Srbija i Vojvodine nisu prepoznate na svetskoj, a ni evropskoj turističkoj mapi kao izuzetna turistička destinacija. Mi i u takvim otežanim uslovima, i u ogromnoj konkurenciji, beležimo rast iz godine u godinu. I to nije eksces, nego tendencija - sa zadovoljstvom je konstatovao gospodin Gvozden Perković.