



Međunarodni sajam turizma i seoskog turizma i Sajam zimnice nastavlja svoj uzlazni hod utabanim stazama, kako u organizacionom, tako i u svakom drugom smislu. Tokom jedanaest godina trajanja Sajma turizma i šest godina Sajma zimnice, izgrađen je, i ove godine opravdan, renome trećeg najvećeg u Srbiji, sigurno najvažnijeg kada je u pitanju centralni deo naše zemlje, najintimnijeg kada su učesnici u pitanju, delimično zbog ambijenta, ali i domaćinske atmosfere za koju je odgovorna kako Gradska turistička organizacija Kragujevac, tako i Šumadija sajam u ulizi organizatora manifestacije.

Bojan Pavlović, v.d. direktora GTO Kragujevac je na svečanosti povodom otvaranja 11. Međunarodnog sajma turizma i seoskog turizma, i 06. Sajma zimnice istakao učešće oko 100 izlagača iz zemlje i inostranstva. Fokus turističkih radnika iz zemlje bio je na banjским lečilištima i wellness&spa centrima, planinskim i sportsko-rekreativnim sadržajima, konkretnim ponudama za predstojeće novogodišnje i božićne praznike.

- Zadovoljni smo što smo ove godine otišli i korak dalje i da smo imali veći broj izlagača, u smislu domaće turističke ponude. Bogata turistička ponuda došla je i iz Crne Gore, prijatelj sajma bila je TO Budve, izlagale su kolege iz Republike Srpske i Bosne i Hercegovine sa kompletnom ponudom, dok su turistički radnici iz Slovenije i po prvi put iz Mađarske, došli sa ekskluzivnom ponudom banja i wellness&spa centara. Nadamo se da ćemo tu saradnju širiti i narednih godina, značajnu za razmenu iskustava sa sličnim centrima iz naše zemlje - rekao je direktor.

Praksa je pokazala da je do sada, sam grad Kragujevac, kao city break destinacija, turistički daleko influentniji i značajniji od njegove okoline. I mada u opštinama Gornji Milanovac, Knić, Topola, gružanska regija, seoska turistička domaćinstva, posebno tokom poslednjih godina doživela ekspanziju, Kragujevac, sa dugom tradicijom u seoskom turizmu suočen je sa prividnom stagnacijom. Turistički radnici Kragujevca na sve moguće načine pokušavaju da raznim akcijama unaprede ovaj segment turizma, kako bi mogao da odgovori potrebama i zahtevima domaćeg i stranog gosta. Najpoznatija akcija je „Dani otvorenih dvorišta“, ove 2019. organizovana od strane GTO Kragujevac u saradnji sa Centrom za poljoprivredu i ruralni razvoj, po 13 put, uključuje celi region, i ima za cilj očuvanje prirode, oplemenjivanje prostora i razvoj sela, a samim tim i seoskog turizma.

- Pobednici u svim kategorijama dobijaju simbolične nagrade, ali ogroman publicitet, a za njih saznaju i oni koji žive u obližnjem gradu, da u okolini ima mesto koje može da im pruži jednodnevnu ili višednevnu idilu kao i sve pogodnosti na koje su navikli. Možemo da kažemo da je broj seoskih domaćinstava, konkretno na našem području, godinama nepromenjen, ali da je

izvršena prirodna selekcija, pa su se ona domaćinstva koja nisu dovoljno radila na unapređenju turističke ponude bila prinuđena na zatvaranje, dok su ona, koja su se potrudila da turistima priđu na pravi način i osim izdavanje kuće, ili njenog dela, pružili i potreban komfor i određene sadržaje, danas prosperiraju i vide svoju budućnost u ovoj delatnosti. Posebno su uspešna domaćinstva koja se bave proizvodnjom domaćih proizvoda, od kozjeg sira, sokova, preko povrtarskih kultura do mesa i mesnih prerađevina. To turisti znaju da prepoznaju i cene i to je okvirni recept uspeha seoskih turističkih domaćinstava - objašnjava naš sagovornik.

Sajam zimnice namenjen je onima koji nisu stigli da popune svoje zalihe i adekvatno se pripreme za zimu. Najveći broj izlagača su upravo domaćice iz seoskih turističkih domaćinstava, manji broj je onih koje se isključivo bave pripremom zimnice. Za organizatore oni su značajni deo sajma, s obzirom na tesnu povezanost između prehrambenih poljoprivrednih proizvoda, turizma, posebno seoskog turizma. Ovaj sajam koristan je i za sve one koji žele nešto da kupe, imajući u vidu visok kvalitet ponuđenih proizvoda, daleko iznad onog na pijacama, posebno u marketima. Izlagači na ovoj sajamskoj manifestaciji osim prodaje, uspostavljaju kontakte, dogovaraju se o saradnji, postaju vidljivi i prepoznatljivi. Gospodin Pavlović kaže da ih ograničeni prostor hale sprečava da u program sajma uvrste sve one koji bi želeli, ali da je to i dobro, jer mogu da odaberu one najbolje.



