



Promocija vinskog turizma Republike Srbije obuhvaćena pilot projektom „Vinski putevi Šumadije i Pomoravlja“ sa vinskim turama radi planiranja i lakšeg kretanja turističkih grupa kroz vinske rejone Srbije, pokazala je prve pozitivne rezultate neophodnosti jedne ozbiljne inicijative i njenog impakta na razvoj turističko-vinske ponude. Sprovedena u rejonu Šumadije, ova ideja bi uskoro mogla da se preslika i na druge vinske rejone Centralne Srbije i Vojvodine radi upotpunjavanja turističko-vinske ponude Srbije, posetama vinarijama i degustacijama, uz obilazak sakralnih, kulturno-istorijskih spomenika, prirodnih atrakcija kraja u kojem se vinarije nalaze. Inicijator i realizator projekta „Vinski putevi Šumadije i Pomoravlja“ je WINE EXPERT Udruženje Centar za razvoj vinskog turizma, sa sedištem u Šumadiji, na čelu sa Zoranom Dragoljevićem Žoržom, kao predsednikom.

- Naša ideja je namenjena razvoju vinskog turizma u Srbiji i za svaki rejon, unutar dva regiona pripremili smo vinske ture, kako bi vinski turisti i ljubitelji vina lakše mogli da se kreću po terenu i planiraju svoje ture. Ponudili smo objedinjenu turističko-vinsku ponudu jednog atraktivnog turističkog proizvoda na nivou cele zemlje, i uvezali ga sa drugim turističkim programima - objasnio je gospodin Dragoljević.

Vinski turizam u Srbiji je u razvoju. Pored inicijativa pojedinih turističkih agencija posetama pojedinim vinarijama, ozbiljan segment vinskog turizma su i vinske manifestacije, koje se u kontinuitetu razvijaju poslednjih dvadeset godina.

Po mišljenju našeg sagovornika, taj segment smo prilično razvili, za razliku od segmenta kretanja po terenu:

- Ovaj vid turističke ponude ne podrazumeva samo posetu vinarija i degustaciju vina, jer u vinarije se ide posle 12 sati. Pre toga predviđene su posete dobrima kulturnog nasleđa, obilazak prirodnih retkosti, ukratko, umrežavanje svega onoga što Srbija nudi i vredno je videti, u priču vinskog turizma.

Ova ideja oslonjena je na petnaestogodišnja iskustva drugih vinskih regija, poput Toskane, Goriških brda, Pijemonta, Istre, i vinski turizam stavlja u žlu turističke ponude, a ne kao do sada, prateći deo nekih primarnih interesovanja.

- Upoznali smo se sa modelom i iskustvima na kojima su razvijeni vinski rejoni u Evropi razvili ovaj vid vinskog turizma, i želevi da ga implementiramo u Srbiji, oslanjajući se na nešto što je potvrđeno u praksi i da ponudimo kao gotov proizvod - objašnjava predsednik, dodajući da je deo projekta „Vinski putevi Šumadije i Pomoravlja“ i Kraljevski vinski put, jedini u ovom regionu, autentičan i fensi u isto vreme, gde su dve kraljevske porodice imale svoje vinarije u kojima se i danas proizvodi vino.

Tokom poslednje dve godine praćenja rezultata ovog pilot projekta u koji je bilo

uključeno desetak vinarija, zabeleženo je značajno povećanje broja dolazaka turista, što je potvrdilo kvalitet ove ponude. U međuvremenu i drugi vinari, videvši benefite vinarija uključenih u projekat, zainteresovale su se, u skladu sa idejom, za „prodaju na kućnom pragu“, kako vina tako i svih drugih domaćih proizvoda. Ne sme se zanemariti, da ovaj koncept vinskog turizma uključuje Slow food pokret (odgovornost prema namirnicama i njihovom poreklu), nastao u Italiji 1989., u okviru kog je i Slow wine koncept, koji omogućava prodaju osnovnog proizvoda - vina, ali i usluga i lokalne hrane, smeštaja, prevoza i drugog.

Izvesno je da turisti, posebno oni strani, dolaze u Srbiju sa željom da upoznaju vina od naših lokalnih sorti. Pokazalo se da vinski turisti, žečeći da upoznaju ljude, kulturu jednog kraja, gastronomiju i vino, stavljuju akcenat na ono što je lokalno i autentično. Slow Wine nazivaju i „čestitim“, „poštenim“ vinom, vinom sa minimumom intervencija u proizvodnji. Ono se naslanja na organsku i biodinamičku proizvodnju, na lokalne proizvođače koji isto tako razmišljaju, pa nude svoje proizvode proizvedene sa što manje upotrebe hemije.

Tragajući za drugačijom perspektivom doživljaja isprovociranom jedinstvenom atmosferom, estetikom i ambijentom, na turističkom tržištu je sve prisutniji turizam posebnih interesnih grupa, za razliku od masovnog turizma, koji je do sada bio u prednosti. Centar za vinski turizam pokušava da „Vinske puteve Srbije“ upakuje i tržištu ponudi kao gotov turistički proizvod. Turisti danas, uglavnom individualno, zaobilazeći agencije, preko sajtova dolaze do informacija. Zato je u okviru projekta predviđena izrada brošura, pre svega digitalne aplikacije „Vinski put Srbije“, na više jezika dostupnim informacijama, gde će svako, spram svojih interesovanja i mogućnosti, pronaći i odabrati kvalitetan put za sebe, porodicu ili grupu prijatelja.

WINE EXPERT Udruženje Centar za razvoj vinskog turizma ima nameru da u sledećem koraku u dobroj i kvalitetnoj promociji vinskog turizma, bez koje nema nijednog vida turizma, na domaćoj i ino sceni, uspostavi saradnju sa TO Srbija i TO Vojvodina, Ministarstvom turizma i omladine, Ministarstvom poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede i drugim relevantnim intitucijama.

- Došli smo do faze kada treba uložiti značajna sredstva u promociju, a to ne možemo da radimo sa nivoa nevladinih organizacija. Obavili smo dosta razgovora i očekujemo da nas državni organi, nadležne institucije i organizacije prepoznaju i pomognu u vidu finansijske podrške. Jer, 80% ljudi danas do informacija dolazi putem interneta. Da biste na interenetu obezbedili vidljivost, samo nedeljne objave dostižu iznos od 1.000 evra, što je ozbiljan iznos, ali koji se najbrže vraća - kaže gospodin Dragoljević.

Ovim projektom su predviđeni jednodnevni, trodnevni i sedmodnevni aranžmani, koji u toku jednog dana predviđaju obilazak najmanje dve, najviše tri vinarije. Turisti za sedam dana boravka osim dvadesetak vinarija, na vinskim putevima kroz Srbiju mogu da obiđu i srednjovekovne manastire, kulturno-istorijsku baštinu, prirodne znamenitosti, banje i nacionalne parkove, kanjone reka od Đerdapa do Uvca..., i upoznaju našu zemlju svim čulima.

