



Sajam ruralnog turizma i privrede Bačke (13. i 14. novembra u Edukativnom centru Pokrajinske vlade Vojvodine, Industrijska 3, Novi Sad). prvi put na prostoru Bačke, organizuje Regionalna razvojna agencija Bačka, a finansira Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija. Osim panel diskusija i prodajne izložbe proizvoda iz Bačke, predstavljeni su i tri lokalna brenda: Carpe Diem koziji sir, Turijska kobasica i rakije i vina Kurilić iz Neština.

Direktor RRA Bačka, mr Srđan Vezmar objasnio je da je brendiranje od velikog značaja za celovitu turističku ponudu Bačke, jer dolaskom na jednu destinaciju gosti žele da konzumiraju domaću hranu i domaće piće. Proizvodi sa logom tj. brendom Bačke, garantuju gostima da se radi o domaćim proizvodima, proizvedenim u tom kraju, potvrđenog kvaliteta.

Za ovaj Sajam odabrana je lokacija Edukativnog centra Vlade Vojvodine kao mesto na kojem ljudi stižu određene kvalifikacije ili prekvalifikacije, određena znanja i veštine i predstavlja pozitivan primer da se i uz mala sredstva može krenuti u proizvodnju kolača, pekmeza, baviti se izradom suvenira i sličnim malim poslovima, koji mogu obezbediti samozapošljavanje i pružiti podršku lokalno-ekonomskom razvoju, u ovom slučaju na prostoru Bačke.

- Svi koji su zainteresovani na taj korak dobiće mogućnost da kroz naš brend svoje proizvode plasiraju kroz nekoliko kanala prodaje. Pvi kanal proizvoda koji će nositi brend Bačke biće u okviru sistema turističkih subjekata koji su uključeni u DMC (trenutno preko 70 malih porodičnih i velikih hotela) moći će da prodaju te proizvode; drugi način je E-komerc, odnosno prodaja proizvoda putem interneta što je u svetu trend. Izabrane proizvode kupci će moći da naruče preko mobilne aplikacije, i da dobiju na kućnu adresu. Budući da se radi o proizvodima iz pretežno ruralnih predela koji nisu lako dostupni kupcima u gradu, a ponekad ni u mestu u kojima se proizvode, E-trgovina će predstavljati značajan komfor - izjavio je gospodin Vezmar. On je takođe naveo primer Petrovačkog kulena, za koji su svi čuli, ali niko ne zna gde bi mogao da ga kupi. Treći kanal prodaje proizvoda je izvoz na inostrana tržišta za koje već postoje načelni dogovori.

Kada je reč o uslovima za dobijanje oznake brenda gospodin Vezmar zastupa stav da ih nije teško ispuniti, a glavni je iskazana volja proizvođača za dugoročnu saradnju. RRA Bačka traži pouzdanog partnera jer se samo tako mogu postići neki konkretni rezultati.

U okviru RRA Bačka realizuju se nekoliko programa. Jedan od njih je program mentoringa, koji se sprovodi u saradnji sa Japanskom agencijom za međunarodnu saradnju, koji firmama ili preduzetnicima koji se bave nekom proizvodnjom omogućava 50 sati besplatnog stručnog konsaltinga kao pomoć u uspostavljanju preduzeća ili u prevazilaženju poslovnih teškoća u prve dve-tri godine poslovanja na tržištu.

- Ovo posmatram kao početak jednog velikog pokreta u Bačkoj koji će raditi na promovisanju

svoga kvalitetnog i vrednog što Bačka ima. Do sada nismo na najbolji način vodili računa o našim brendovima. Sam projekat se nametnuo kao realna potreba, jer kada odemo u neko porodično gazdinstvo vidimo ogroman prostor za ponudu i prodaju proizvoda - rekao je mr Srđan Vezmar i dodao da po njegovom mišljenju ovoj paleti proizvoda iz Bačke nedostaju male porodične pivare koje su trend u svetu, za šta je potrebno da se poradi na izmeni zakonske regulative.

Više fotografija sa Sajma ruralnog turizma i privrede Bačke možete da pogledate na Facebook stranici: <https://www.facebook.com/topsrbija>.