



Regionalna konferencija o hrani, u organizaciji Color Press Group na Ribarskom ostrvu kraj Novog Sada - „Moja kravica Food Talk“, održana 2. i 3. juna, pod nazivom FOOD REVOLUTION, okupila je više od 200 učesnika iz sveta gastronomije, predstavnika medija i državnih institucija. Četvrtu po redu konferenciju „Moja kravica Food Talk“ otvorio je član Gradskog veća zadužen za privredu, gospodin Goran Sečujski. Obraćajući se prisutnima istakao je zadovoljstvo što se grad Novi Sad priključio ovoj revoluciji koja se odnosi na hranu, podržavajući i na ovaj način nove pristupe njenoj proizvodnji, razumevanju i praćenju novih trendova.

Gospodin Sečujski se osvrnuo i na činjenicu da Novi Sad hranu posmatra kao strateški resurs i značajan adut u turističkoj privredi. Prema izvorima Turističke organizacije Novi Sad je za prvih četiri meseca zabeležio porast stranih turista za 20% u odnosu na isti period prošle godine, što je pokazatelj pozitivnih kretanja u tom segmentu. U tome ne malog udela ima i gastronomski turizam, koji je savremeni trend, u kojem više od 1/3 turističke potrošnje odlazi na hranu, a Novi Sad, Vojvodina i Srbija mogu biti ponosni na njenu raznovrsnost, ukuse i kvalitet.

Food Talk, po rečima gospodina Sečujskog, sa značajnim temama, poput novina u kulinarstvu i poslastičarstvu, obuhvata teme proizvodnje po organskim principima i GMO, uvek zanimljive priče o vinu, važne za Novi Sad i Fruškogorsko vinogorje. Uvek aktuelna tema su i proizvodi sa oznakom geografskog porekla, karakterističnom za određene regije, koje EU posebno vrednuje i štiti.

U toku su ambiciozni pregovori o ukidanju carinskih i administrativnih prepreka slobodnoj trgovini između EU-a i SAD-a, koji treba da poveže dva gigantska regiona koji zajedno ostvaruju polovinu svetske trgovine. Problem je što SAD pokušava da na neki način obezbedi proizvode sa oznakom geografskog porekla, dok se EU grčevito za njih bori, želeći da zaštiti takve proizvode.

Grad Novi Sad poslednjih šest godina podržava proizvodnju organske hrane, ali i proizvode sa oznakom geografskog porekla. Novi Sad može da se pohvali sa dva brenda - Futoškim kupusom i Fruškogorskim lipovim medom. Priča o oznakama geografskog porekla svodi se na to da je nemoguće odgajiti npr. Futoški kupus sa istim svojstvima na nekom drugom mestu na svetu, jer osim semena, veliku ulogu imaju karakteristike vezane samo za to područje (zemlja, voda, broj sunčanih dana). Proizvodi sa oznakom geografskog porekla su bitni za proizvođače jer mogu da postignu višu cenu, ali i za turizam, kao specifičan turistički proizvod, jer svi žele da probaju hranu koja nosi odlike određenog kraja. Ako se ne proba kupus u Futogu, sir na Zlataru, ajvar u Leskovcu, vino u Šumadiji, pršuta na Zlatiboru, svrha njihove posete je umanjena.

Goran Sečujski je istakao da pored bogatstva uslova koje Srbija ima za proizvodnju hrane i

vina, srpski proizvođači imaju veliko iskustvo i znanje o načinima kako proizvesti seme, poljoprivredne proizvode, kako pripremiti hranu i ugostiti ljude. Hrana i vino za Srbiju i zemlje u regionu predstavlja veliki potencijal, a ova konferencija je to, s obzirom na broj učesnika i posetilaca, i potvrdila.