



Fruška gora je oduvek bila izvor lepih, dobrih tema, što zbog svoje istorije, manastira, vinskih puteva, Sremaca, ponajviše opevanih u starim, dobrim narodnim pesmama, geografskog položaja ove pitome planine opasane sa dve reke i dva velika grada Novog Sada i Beograda, prema kojoj gravitira praktično polovina Srbije. Koliko god ova planina, „lepa, pa dugačka...“, bila tema raznih priča i pripovedanja, toliko se za nju može reći da se u turističkom smislu, sporo razvijala. Svojevremeno, kada je proradila Banja „Termal“ u Vrdniku, vrlo brzo je postala zvezda vodilja u vojvođanskom banjskom turizmu, ali je vremenom gubila sjaj, jer se u nju vrlo malo ulagalo. Od 1. septembra, tik naspram Banje, proradio je velelepni hotel „Premier Aqua“, podignut kao feniks iz pepela, kao vesnik boljih dana ovoga kraja, vizionarsko delo Milinka Cicmila, uspešnog biznismena i vlasnika „Promont grupe“ iz Novog Sada. Sada se, spravom, očekuje da ovaj hotel bude ta nova zvezda vodilja, koja će osvetliti nesuđenu „Svetu Frušku goru“ i svu lepotu ovoga kraja.

Hotel koji još nije kategorisan, ali će biti, sa pet zvezdica, ima 55 smeštajnih jedinica, jednu salu od 150 sedišta u bioskopskoj postavci, dve manje sale od po 40 stolica, dva Board room-a, buisness centar, wellness centar, što ukazuje da bi se realno ovde moglo obezbediti maksimalno oko 520 sedišta u jednom momentu. Restoran ima vrlo „ozbiljnu“ kuhinju, savremeno koncipiranu i opremljenu, sa vrlo jasnom snagom da podrži sve ove kapacitete u smeštaju, udovolji prohtevima gostiju kada su u pitanju hrana i piće, te četiti raznovrsna bara, VIP salon i business centar, praktično ujednačenog, vrhunskog kvaliteta svih delova objekta sa kapacitetima smeštaja.

U okviru predavljanja najnovije turističke priče iz Vrdnika, zanimalo nas je mnogo toga vezano za i oko ovog prestižnog hotela, a najpogodniji sagovornik za to bio je gospodin Jovan Vukotić, direktor hotela „Premier Aqua“, čovek koji je punih 25 godina radio u najvećim hotelskim preduzećima u zemlji, radio u zdravstvu i bio uključen u niz najznačajnijih projekata ovog tipa.

Odkud ideja da se baš u Vrdniku izgradi ovakav objekat?

-Nekako, ne mogu toliko direktno da uđem u ideju investitora, ali znam da samo ljudi vizionari, koji jednu viziju svog sna mogu da pretoče u ovako nešto, mogu to i da izvedu. Naravno, ideja nikada ne može sama da se rodi, već se uvek rodi u nekom sazvežđu nekih svojih interesa. Kad neko jednom dođe na Frušku goru, i kada se uključi u sve blagodeti ovih prostora, ko se jednom nađe na tim vinskim putevima, sa lepim fruškogorskim vinima, pitomom hranom, finim i dobrim ljudima, sa jednom tradicijom, on ne može da nema viziju nekog rada, nekog stvaranja.

To znači da vas očekuje veliki posao, da stupite u vezu sa svim relevantnim proizvođačima iz ovoga kraja i da napravite pravi mali klaster?

-Potpuno ste u pravu, a sada ću vam to i potvrditi. Kada pričamo o kuhinji i hrani, pričamo o nečemu što je visokog standarda, visokog kvaliteta, bezbednosti, znači govorimo o HACAP sistemu, i govorimo o nečemu što dolazi sa ovih terena i uglavnom je ta hrana naš izbor jela, baziran na sirovini, na jelima i proizvodima odavde, ali smo ga mi, ipak, malo internacionalizovali, spakovali u taj ambijent, što ćete videti kroz naš, pre svega pansionerski meni, kroz ala card meni, kroz slow food meni, dečji, vegetarijanski-posni meni, kroz makrobiotički meni, to je u jednoj apsolutno kompatibilnosti sa svim programima koje želimo da postavimo u „Premier Aquu“. Ovo je Bogom danom podneblje pruža jedinstvenu mogućnost u životu da se kroz nekakav rad stvori nešto, ali da i kada dođete da uživate i u hrani, piću, uživate na način da vam život bude lep.

Ponuda hotela „Premier Aqua“ je zaista kompleksna i raznovrsna. Kakva kampanja predstoji kojom ćete dovesti goste?

-Na terenima gde je ekonomska kriza imala dublje negativne efekte, najteže je naći gospodina kupca, u ovom slučaju, gosta. Ja verujem u nešto što se zove kvalitet i da samo kvalitet može naći mesto na tržištu. Ovaj objekat sa brojem vrhunskih smeštajnih jedinica i usluga u „Aqua medici“, daje jednu harmoniju, odličan kvalitetetan i interesantan program koji će udovoljiti zahtevima vrlo probirljivih gostiju, posebno onih koji očekuju vrhunski wellness program. Upravo ta probirljivost mislim da je to ne samo naša šansa, već i šansa celog ovog regiona. Mi smo našu ponudu tako osmislili i ukomponovali, da očekujemo da će to naši zahtevni gosti prepoznati i da će to doneti ne samo pozitivne efekte po broju posetilaca, već i pozitivno poslovanje. Ponavljam, naša kampanja će svakako biti usmerena na određene ciljne grupe, na zadovoljstvo vernih gostiju, kojima ćemo loyalty card program omogućiti da se taj sistem dalje multiplicira prema onoj ciljnoj grupi kojoj želimo.

Međutim, savremeni turisti ne žele da sede samo na jednom mestu, već i da razgledaju okolinu, da voze bicikl, šetaju stazama oko Vrdnika... Ko je taj koji treba da izađe u susret vama, vašim gostima i sa boljom ponudom ovoga kraja?

-Sigurno, Mesna zajednica, opština Irig, Turistička organizacija Srbije i turistički radnici, jer svi mi radimo jednu opštu, dobru stvar. Ako oni to ne podrže, nikada neće ni moći očekivati ništa. Mi zapošljavamo ljude, 70% zaposlenih su iz Vrdnika, to je opšti interes, a siguran sam da će se poslovi u budućnosti, u ovom kraju samo dalje razvijati. Ovde se više ne radi o tome ko će, tvrdim da će svi krenuti za nama. Hotel „Termal“ je objekat izuzetnog potencijala, samo treba da se složimo, da odradimo tehnički deo posla, jer to je, pre svega, jedna zajednička priča, jednog Vrdnika, Iriga, pa stižemo i do jedne Rume, zašto ne. Unapređenje turističke, zdravstvene i sveukupne ponude je opšti interes svih. To što imamo termalne vode temperature od 35°C na dve lokacije je blagodet. Mi ćemo za naše dobro da uradimo još mnogo toga, ali, naravno, ne možemo sve sami i zato očekujem podršku svih nadležnih struktura i saradnju sa ljudima iz ovog kraja. U svakom poslu, potreban je dobar lider. Mi ne pretendujemo da to budemo, ali ako u ovom momentu treba da povučemo, povući ćemo za opšti interes.

Kažu da vinogradu trebaju tri godine da donesu rod. Koliko smatrate da je potrebno vremena da jedan ovakav stekne dobru reputaciju i da radi sa punim kapacitetom?

-U hotelijerstvu to ne može biti pre šest meseci, a iskustva iz prakse govore da je za potpunu razradu i dostizanje punog kapaciteta potrebno dve do tri godine, da se dobar hotel u potpunosti stabilizuje i ostvaruje dobre finansijske rezultate. Moraćemo mnogo da radimo, mnogo da učimo, ukoliko želimo, a osećam pozitivnu energiju ne samo menadžmenta, već i svih 75 zaposlenih, da hotel dostigne svetski standard i da bude omiljeno mesto za odmor i uživanje - zaključio je gospodin Jovan Vukotić, direktor hotela „Premier Aqua“ u Vrdniku.

[Više slika iz hotela „Premier Aqua“, možete videti o v d e.](#)