



Funded by the European Union's
Seventh Framework Programme



trafoon

Traditional Food Network to improve the transfer of knowledge for innovation

Promocija tradicionalnih proizvoda od šljive kroz turističku ponudu Srbije

Gordana Majstorović
Turistička organizacija Čačka



Traditional Food Network to improve the transfer of knowledge for innovation

Turizam – jedan od vodećih privrednih sektora

- Prema podacima svetske turističke organizacije (WTO) turizam i ugostiteljstvo obuhvataju šest odsto svetskog uvoza i izvoza roba i usluga, što ovu delatnost svrstava na petom mestu po prometu na globalnom nivou
- Ipak, turistička kretanja su danas najmasovniji vid kretanja svetskog stanovništva jer se godišnje uključuje oko 4,2 milijarde ljudi, odnosno oko 70% svetske populacije.
- Za oko 38% zemalja na svetu turizam je glavni izvor devizne zarade

Turizam – jedan od vodećih privrednih sektora



- Većina najposećenijih zemalja u svetu i dalje pripada evropskom kontinentu
- Evropu je tokom 2014. posetilo oko 588 miliona turista
- Oko 9% zaposlenih
- Oko 9% učešća u potrošnji
- Oko 720.000.000 turista će do 2020. godine posetiti Evropu
- Srbija godišnje beleži oko 2 miliona turističkih poseta
- Prihodi od turizma u Srbiji iznose oko milijardu evra

Motivi za putovanje



- Upoznavanje sa prirodom i prirodnim vrednostima
- Upoznavanje sa duhovnim i kulturnim nasleđem
- Upoznavanje sa ljudima i običajima određene zemlje
- Doživljaj nepoznatog, novog i različitog
- Gastronomski doživljaj destinacije

Gastronomija –motiv za putovanje



- Razvoju ugostiteljsko-turističke delatnosti doprinela je gastronomija, delatnost koja je ne samo struka i nauka, već i umetnost
- Pripremanje hrane, serviranje i uživanje u hrani smatraju se umetnošću
- Pored njene primarne funkcije u ljudskoj ishrani, značaj gastronomije ogleda se u njenom udelu u nacionalnoj privredi, zahvaljujući prihodima koji se ostvaruju boravkom turista

Hrana sa dušom Srbije – Soulfood Serbia

Kampanja Turističke organizacije Srbije
“Soulfood Serbia” –
Hrana sa dušom Srbije

“Pored jela i pića koji mnoštvom ukusa i mirisa nesumnjivo raspiruju gastronomsku strast, Srbija je takođe i zemlja tradicionalno zdrave hrane”



Šljiva – zaštitni znak Šumadije

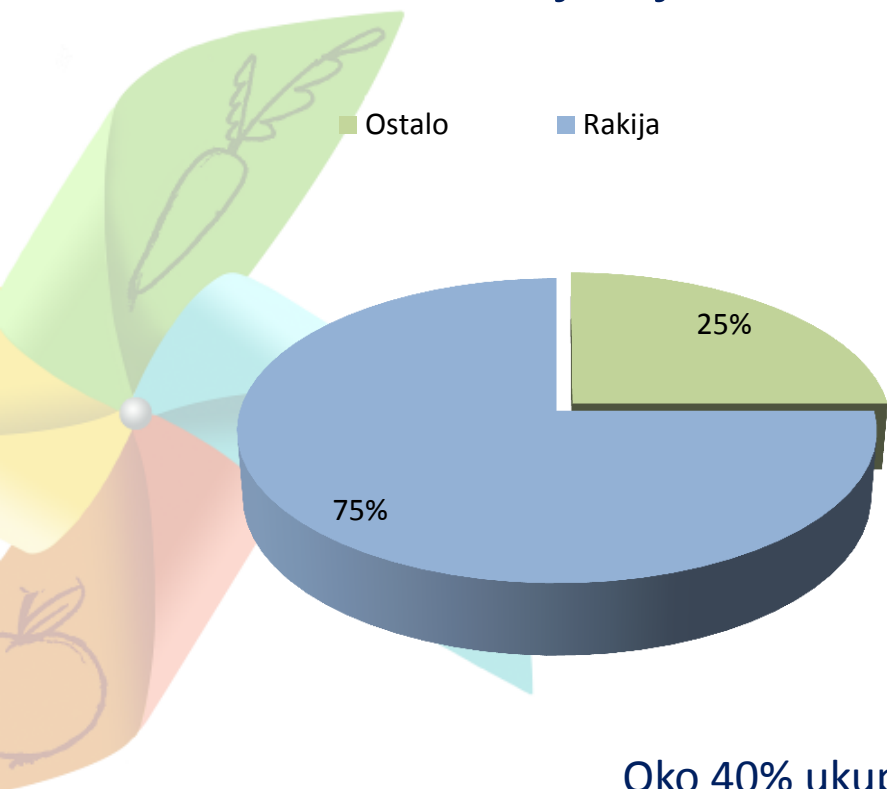
Najveći deo centralne Srbije zauzima Šumadija – region čije ime znači zemlja šuma

Tlo koje je pogodno za šume, danas se koristi za voćnjake, a voće koje je simbol, zaštitni znak i prva asocijacija za Šumadiju jeste šljiva

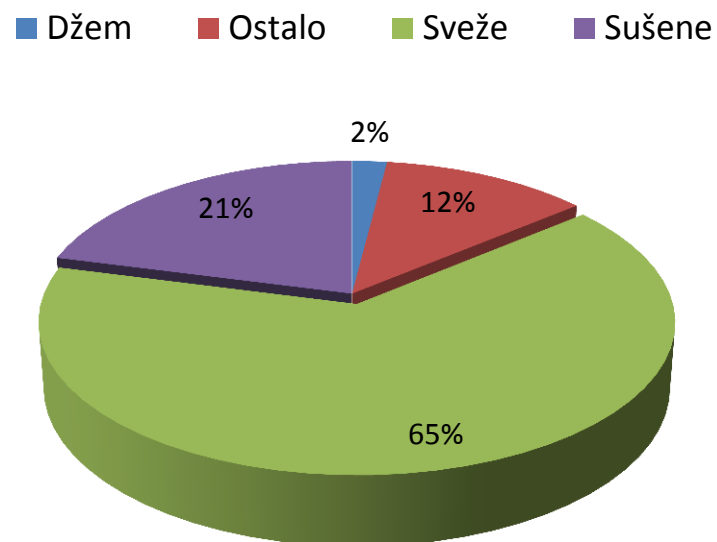


Način korišćenja šljiva u Srbiji

Način korišćenja šljiva u Srbiji



Izvozna statistika



Oko 40% ukupne proizvodnje voća u Srbiji čini šljiva

Izvoz i tržište



Sušena šljiva i prerađevine najviše se izvoze na **tržište Rusije EU i Skandinavije**. U Srbiji se gaje sledeće sorte: Požegača, Stanly, Čačanska rodna, Čačanska lepotica, Čačanska rana...

Proizvodi od šljive – sušene šljive



Proizvodi od sušene šljive – čokoladirana sušena šljiva



- Čokoladirane sušene šljive – “Poljopromet”
- Zlatna medalja za kvalitet 2013. (Novosadski sajam)

Proizvodi od šljiva



Proizvodi od šljiva – džem, slatko od šljiva, kompot od šljiva...

Primena šljive u gastronomiji - Dessert Čačak

Zorica Selaković
vlasnica
preduzeća za
izradu torti i
kolača
"Dessert
Čačak", svoj
novi
asortiman,
dopunila je i
kolačima sa
sušenom i
svežom
šljivom



Najpopularniji proizvod od šljiva – rakija šljivovica

U SRBIJI, kako se procenjuje, postoji više od 10.000 proizvođača rakije. Samo petina, njih oko 2.000, registrovano je u nadležnom Ministarstvu poljoprivrede. Od njih samo stotinak proizvodi visokokvalitetnu rakiju

Organizatori putovanja u Srbiji, za ljubitelje rakije, naročito iz inostranstva, organizuju i „**Rakija ture**“ - programe putovanja i degustacije ovog tradicionalnog srpskog pića.



Tradicionalni proizvodi od šljive u turističkoj ponudi Srbije

Šljivovica je najpopularnija vrsta rakije u Srbiji. Među najpoznatijim i najkvalitetnijim u Srbiji ubrajaju se Jelički dukat



Minićeva rakija – Minićeva kuća rakije



Plazinić - Čačak



Oblici promocije tradicionalnih proizvoda od šljive u turističkoj ponudi Srbije



- Mediji / internet / društvene mreže
- Promotivni materijal
- Ruralni turizam
- Sajmovi
- Manifestacije
- Ugostiteljstvo

Studijska poseta nemačkih i austrijskih novinara Instituta za voćarstvo u Čačku

Tema – **gastronomija**,
organizatori
studijskog programa
Turistička organizacija
Srbije i Turistička
organizacija Čačka.
Naučni saradnici
Instituta za voćarstvo
u Čačku održali su
prezentacije na temu
šljive i njenog
plasmana na
domaćem i
međunarodnom
tržištu.

Čačak, 3.10. 2015.



Efekte promocije proizvoda od šljive

Članak objavljen u jednom nemačkom časopisu nakon studijske posete nemačkih novinara u čačanskom kraju i domaćinstvu Prodanović, koja proizvodi kvalitetnu rakiju od šljive



Gastfreundlich, vielfältig, naturbelassen.

Zugegeben, der Ruf, der den Serben voraussetzt, ist nicht unbedingt der beste – und stark vom Krieg geprägt. Im Land wird man zum Glück schnell eines Besseren belehrt. Die Freundlichkeit und Gastfreundschaft der Serben ist so auffallend wie wohltuend. Und was das Essen betrifft: Der einfache Akt der Zubereitung von Mahlzeiten wird oft zu einer Kunst erhoben. Von den eleganten Restaurants der Hauptstadt, durch die lebhaften Pensionen und Tavernen im Rest des Landes, bis in die bescheidensten Haushalte in den ärmsten Dörfern, werden Ihre Gastgeber alles tun was sie können, damit Sie sich willkommen fühlen. Die bewegte Geschichte hat ihre Spuren in der Küche des Landes hinterlassen. Wie auch immer, das großzügige Klima und die fantasievolle lokale Bevölkerung haben dafür gesorgt, dass sowohl kulinarische Originale und Variationen zugleich bezaubernd und wohlschmeckend wirken. Das Land hat aber auch eine lange Tradition in der gesunden Ernährung.

Wenn man die serbische Kulinarik beschreiben müsste, könnte man das anhand des serbischstämmigen Nenad Milarević tun. Er wurde unlängst zum „Koch des Jahres 2016“ vom schweizer GaultMillau gewählt. Er tischt keinen Kaviar und Hummer auf. Eher Kohl und Kalbskopf. Er sucht die Kräuter am Fuss der Rigi und hat einen engen Kontakt mit Weggiser Gemüsehäusern. „Keiner geht mit strikt regionalen Produkten, raffinierter und harmonischer um als der ehrgeizige Küchenchef im Park Hotel Vitznau“, teilte GaultMillau Schweiz mit. In den Kochtopf schafft es nur, was in der Umgebung wächst. Bemerkenswert findet GaultMillau deshalb seine Rolle als Koch. „Er verzaubert die vermeintlich einfachen Produkte“, schwärmen die Gastroexperten. In diesem Sinne wird Sie bei Ihrem Besuch in Serbien ein Feuerwerk an Vielfältigkeit und Kreativität der Speisen erwarten. Die Natur und ihre Produkte wird dabei immer im Vordergrund stehen. Freuen Sie sich darauf!



Obst. Obst. Obst. Auch in flüssiger Form.

Der Obstbau ist in Serbien ein wichtiger Wirtschaftszweig. Die gesamte serbische Obstproduktionsmenge beträgt 1,25 Mio t, einen beachtlichen Teil machen dabei Zwetschken aus – in den letzten Jahren wurden jährlich rund 30 Mio. Kg exportiert. Dr. Milan Lukic, der Leiter des Instituts, erzählt uns stolz, dass im Institut für Obstbau in Čačak insgesamt 35 neue Obstsorten produziert wurden, davon 14 Sorten Pflaumen. Interessant ist auch, dass das Zentrum für Obstbau gemeinsam mit dem Institut für Onkologie an einem neuen Projekt arbeitet. Und zwar geht es um die Nutzung von Himbeeren in der Vorbeugung von Krebs.

12 Jahre alter Sliwowitz
Die Herstellung von Sliwowitz ist Tradition in der Familie Prodanovic, so alt wie die Familie selbst. Heute zählen sie 4.000 Zwetschkenbäume zu ihrem Besitz, die Obstgärten liegen an sonnigen Hängen des Berges Jelica auf fast 600 m Höhenmetern. Die natürlichen Wiesen, aber auch die Waldumgebung gibt dem Sliwowitz „JELICKI DUKAT“ seine frischen Aromen. Der Produktionsvorgang umfasst die kontrollierte Gärung und zweifache Destillation. „JELICKI DUKAT“ ist ein alter serbischer Pflaumenschnaps mit 45% Alkoholgehalt. Er wird in Kellern der Familie Prodanovic gelagert, wo beste Bedingungen für die Reifung in Eichenfässern herrschen. Bis er nach 12 Jahren Lagerung seine typisch goldgelbe, bernsteinfarbene Färbung erhalten hat. www.jelickidukat.rs

Abgesehen von Bränden, werden Pflaumen auch für viele andere köstliche Gerichte verwendet, ob süß oder salzig (Karpfen mit getrockneten Pflaumen, Zwetschgenknödel, Pflaumenmus und andere). Als Tourist sollte man sich diese verschiedenen Kombination, die Sie nirgendwoanders finden können, nicht entgehen lassen.



Efekti promocije proizvoda od šljive

”Kommt her auf einen Schnaps”

Volker Mehnert
”Frankfurter
Allgemeine
Zeitung”,
u poseti Kući
rakije porodice
”Minić” u Donjoj
Trepči, kod Čačka



Efekte promocije proizvodna od šljive

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG

Kommt her auf einen Schnaps

In Serbien, das morgen Gegner der deutschen Fußball-Nationalmannschaft ist, herrscht seit vielen Jahren Frieden. Doch die Touristen machen noch immer einen weiten Bogen um das Land – und wissen nicht, was sie verpassen.

Von Volker Mehnert

Stanimir Minić fragt seine Gäste erst einmal nach ihrem Alter. Das ist alles andere als eine Unhöflichkeit. Denn kurz darauf steigt er auf seinen Dachboden und besorgt ein Glaschen Pflaumenschnaps, destilliert im Geburtsjahr des Besuchers. Bis zum Jahrgang 1941, noch von seiner Großmutter hergestellt, reicht der Vorrat. Überall auf dem Grundstück stehen Fässer, Flaschen und Glasballons herum, gefüllt mit Rakija, dem typisch serbischen Obstbrand. Aus zwanzig verschiedenen Früchten, alle auf den Streuobstwiesen in der Umgebung des Dorfes Donja Trepča in Zentral-Serbien gesammelt, stellt Stanimir seine Rakija her, und am liebsten würde er sie seinen Gästen alle zum Verkosten vorsetzen: Aprikose und Pfirsich, Apfel, Himbeere und Walderdbeere. Besonders stolz ist er auf seinen Oskoruša, gewonnen aus einer wilden Birne, der Urgroßmutter aller Birnen, wie er sagt. Es gebe Rakijas für den Vormittag – Kirsche, die den Geist anregt – und für den Abend – Pflaume und Traube, die entspannen. Alle anderen seien rund um die Uhr zu genießen.

Zweifelhafte Fragen zur Verträglichkeit einer kompletten Probeunde kontert er, ohne zu zögern. „Nicht der ist betrunken, der zu viel gegescht hat, sondern nur der, der nicht richtig gegessen hat.“ Und schon serviert die Hausfrau eine riesige Platte mit Wurst, Speck, Schinken und luftgetrocknetem Rindfleisch, mit Schafskäse, Paprika und Tomaten. Dennoch schaft niemand das ganze Rakija-Programm, nicht einmal der Hausherr, obwohl der nach eigener Aussage direkt neben der Holztonne oskoruša wurde, in der

gen von schwer zugänglichen Tälern und wilden Schluchten.

Über einen schmalen Grat führt der Pfad dann zu einem sensationellen Aussichtspunkt, unter dem sich die Morava zwischen Kablar und Ovčar ein dramatisches Flussbett gegraben hat: zunächst scharf rechts herum, dann links und noch einmal rechts, und jedes Mal schlägt sie einen Bogen von dreihundert Grad. Als sie am Ende noch einmal zwei weitere, etwas weniger ausgeprägte Schlenker hinzu, bevor sie zur Ebene hin ausläuft. In seinem Lauf umschlingt der Fluss dicht bewachsene Hügel, an deren Hängen sich die Klöster so verstecken, dass sie selbst von hier oben aus nur ein ortskundiger Führer in der kaum berührten Waldlandschaft ausfindig machen kann.

Trotz des grandiosen Panoramas kommen nur wenige Menschen auf den Kablar und, wie überall in der serbischen Provinz, schon gar keine Ausländer. „Wir würden gern die Botschaft nach Europa schicken, dass der Krieg in diesem Land seit mehr als zehn Jahren beendet ist“, sagt Gordana Majstorović, die sich in der nahegelegenen Provinzstadt Čačak um ein wenig mehr Touristen bemüht. Doch die Aufgabe ist schwierig, denn ihre Botschaft wird in Westeuropa noch längst nicht vernommen. Dass sich in diesem Sommer sechzehn holländische Familien zum Camping angemeldet haben, verbucht sie schon als Erfolg, im nächsten Jahr hofft sie auf das Doppelte. Überwältigende Gastfreundschaft und bescheidene touristische Erwartungen gehen in diesem Teil Serbiens Hand in Hand.

Ausnahmestand allerdings herrscht jedes Jahr im August in dem Dörfchen Guča vor den Toren von Čačak. Dann verwandelt sich das dreihundert-Seelen-Kaffertag in die europäische Metropole der Blasmusik. Während des Trompetenfestivals, das in diesem Jahr sein fünfzigjähriges Jubiläum feiert, steht der Ort Kopf. 2009 kamen eine halbe Million Besucher und feierten in Zelten und unter freiem Himmel die größte Party des Balkans. Die Trompete ist eng mit der Geschichte Serbiens verbunden, damit wurden in den unzugänglichen Bergen in Friedens- und Kriegzeiten Botschaften übermittelt. Das Traditionelle, gelegentlich versehen mit Jazz-Elementen und Improvisationen, steht auch heute noch musikalisch im Vordergrund. Dennoch hat sich die Veranstaltung in den vergangenen Jahren zu einem

entbehrt den Besucher der Peinlichkeit, irgendwann vor dem Gastgeber passen zu müssen.

Gastfreundschaft dieser Art gehört in Serbien zum Alltag. Das erfahren auch die Touristen, die auf einem grob zusammengezimmerter Floß, mit ein paar Bänken und Sonnenschirmen darauf, das Flüssen Morava hinuntertreiben. „Kommt her und trinkt einen mit uns“, rufen die Angler vom Ufer aus den Flussschiffen zu. Doch die haben erst einmal ein anderes Ziel. Vorbei an einfachen Datschen mit hölzernen Bootstegen und Kühnen davor treibt das Floß bis zum Nikolje-Kloster, einer ummauerten Anlage mit Klosterlehn, die von Nonnen und Mönchen penibel instand gehalten und bewirtschaftet wird. Es ist das älteste von zehn serbisch-orthodoxen Klöstern, die sich an den Hängen der einander gegenüberliegenden Bergketten Kablar und Ovčar konzentrieren. Um sich dem Zugriff der osmanischen Eroberer zu entziehen, hatten sich orthodoxe Christen im vierzehnten Jahrhundert in die entlegene Bergregion zurückgezogen und inmitten der Wälder kleine, unabhängige Klöster errichtet. „Heiliger Berg der Serben“ heißt deshalb in Anlehnung an die griechische Mönchsrepublik Athos das Ensemble zu beiden Seiten der Morava.

Unmittelbar unterhalb des Nikolje-Klosters beginnt das landschaftliche Schmuckstück dieser Region: die Morava-Mäander. In ihrer ganzen Ausdehnung sind sie am besten nach einer anstrengenden Kletterpartie zu sehen. Knapp zwei Stunden dauert der Aufstieg vom Flussufer auf den 889 Meter hohen Gipfel des Kablar, durch Felsen und Waldstücke an einer rot-weißen Markierung entlang. Von oben erkennt man dreundsiebzehig Bergspitzen, die auf einer runden Metalltafel präzise vermerkt sind. Hier wird klar, was Balkan heißt: ein zusammengeschobenes Chaos aus Bergketten, nicht extrem hoch, aber durchzo-



Fest der Jugend aus Serbien, Kroatien, Slowenien, Mazedonien und Montenegro, inzwischen auch aus Österreich, Italien und Griechenland gemauert. Der Trompetenschall aus diesem Allerweltsdorf ist Serbiens wichtigste kulturelle Antenne ins Ausland. Er verbindet tief verwurzelte Traditionen des Balkans mit aktuellen Festival-Trends im restlichen Europa.

Die übrige Zeit des Jahres aber kämpft Serbien mit seiner jüngsten Vergangenheit und dem weiterhin schwelenden Kosovo-Konflikt. Der Krieg und das Bombardement der Nato mögen lange vorbei sein, doch mit dem Anschluss an Europa tut sich das Land jetzt genauso schwer wie seit tausend Jahren. Serbien ist immer ein Staat zwischen den Welten und Religionen gewesen, den Großmächten und Ideologien. Die serbische Geschichte lief als wahnwitziges Hin und Her aus mittelalterlicher Großmacht und neuzeitlichem Kleinstaat ab, aus grausamer Herrschaft und demütigender Unterwerfung, leidend unter dem ständigen Durchmarsch fremder Heere und dem Exil der eigenen Bevöl-

ker, die in Gemälden und Gemälden Porträts serbischer Soldaten zu sehen sind, junge Männer, die aus der Gegend stammten, aber in einem der Kriege des neunzehnten und frühen zwanzigsten Jahrhunderts irgendwo anonym gefallen waren. Auf der Rückseite der Gedenksteine liest man einen Abriss ihres kurzen Lebens.

Mehr als alle anderen Städte des Landes trägt Belgrad die Spuren von Krieg, Zerstörung und einem gesichtslosen Wiederaufbau während des jugoslawischen Sozialismus. Selbst aus dem späten neunzehnten und frühen zwanzigsten Jahrhundert haben sich im Zentrum nur wenige ansehnliche Gebäude wie das Hotel Moskva oder das Rektorat der Universität erhalten. Es ist bezeichnend, dass ausgerechnet das schlichte Gasthaus „Zum Fragezeichen“ mit seinem Baujahr 1832 fast alle an Alter übertrifft und dass sogar das königliche Schloss ein Werk des zwanzigsten Jahrhunderts ist. In Belgrad muss man sich also viel von der Stadtgeschichte erzählen lassen, ohne die ursprünglichen Schauplätze noch betrachten zu können. Und doch trifft man ganz unvermutet auf die manchmal kuriosen Spuren der Vergangenheit. In der Kapelle des Königspalastes zeigt ein Fresko unter der Kuppel einen Jesus Christus mit Löcher in Kopf und Herz, die wohl ein sowjetischer Soldat nach der Einnahme Belgrads durch die Rote Armee in das Bild hineingeschossen hat. In der Nähe des Palastes verläuft sich hinter Bäumen die zerbrochene Villa des Ex-Präsidenten Milošević, und auch an einigen Hauptstraßen im Zentrum stehen noch die ausgebrannten Gebäude staatlicher Institutionen wie Verteidigungsministerium und Generalstab, die 1999 von den Raketen der Nato getroffen wurden.

Auch das Schicksal der gigantischen Sava-Kirche auf dem Vračar-Hügel im Zentrum von Belgrad ist mit den ständigen Konflikten des zwanzigsten Jahrhunderts verbunden. Neben der Sagrada Familia in Barcelona ist dieses Gotteshaus die größte sakrale Dauerbaustelle in Europa. Erste Pläne für die Errichtung der monumentalsten orthodoxen Kirche der Welt lagen seit 1895 vor, doch konnte wegen Balkankriegen und Erstem Weltkrieg erst 1935 mit dem Bau begonnen werden. Vier Meter hoch waren die Backsteinmauern gediehen, als die deutsche Invasion zu einer jahrzehntelangen Unterbrechung der Arbeiten führten.

Erst nach Titos Tod ging die Konstruktion weiter. 1989, zur Sechshundertjahrfeier der Schlacht auf dem Amselfeld, sollte die Kirche fertig sein, aber nur der Rohbau konnte damals geweiht werden. Eine zweite vorläufige Eröffnung fand 2003 anlässlich der Trauerfeier für den ermordeten Ministerpräsidenten Zoran Djindjić statt. Jetzt ist die Kirche geöffnet, aber mit



Für jede Tageszeit etwas dabei: die Kollektion des Schnapsbrenners Stanimir Minić

Promocija turističke i gastronomske ponude u seoskom domaćinstvu



- Seoski turizam - seoskom domaćinstvu **Vešković – Koštunići**
Specifična atrakcija za goste može da bude i učestvovanje u branju, kupljenju šljiva , pripremanju zimnice (džem, slatko, pekmez od šljiva...)

Promocija tradicionalnih proizvoda od šljive u turističkoj ponudi Srbije

Etno kuća “Erić” iz Mrčajevaca, u ponudi restorana ima i specijalitete sa šljivom. Na Sajmu turizma u Beogradu 2016. godine, repertoar jela dopunjen je novim jelima sa šljivom, koji su predstavili posetiocima na štandu Turističke organizacije Čačka.



Promocija tradicionalnih proizvoda od šljive na Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu, februar 2016.

Na štandu Turističke organizacije Čačka, Etno kuća "Erić" je pripremila sledeća jela sa šljivama:

- Pileći file punjen suvim šljivama
- Goveđi gulaš sa suvim šljivama
- Baklave sa suvim šljivama
- Jagnjetina sa suvim šljivama
- Pita sa svežim šljivama...



Sušena šljiva sa slaninom – Soulfood Serbia

Šljive se, osim za rakiju, koriste za mnogobrojna izvrsna slana i slatka jela (šaran sa suvim šljivama, knedle sa šljivama, pekmez od šljiva...). Kad ste turista, ne propustite ono što nigde drugde nećete naći: pečene suve šljive u slanini (Hrana sa dušom Srbije)



Suva šljiva sa slaninom

Manifestacije

Cilj manifestacije je da vrati važnost šljivi – srpskoj najrasprostranjenijoj voćarskoj kulturi, zatim da doprinese unapređenju šljivarstva na ovom području, kao i da kroz brojne sajamske sadržaje afirmiše i sve druge resurse.



Nagradno pitanje



- Da li znate koju opštinu na teritoriji Republike Srbije nazivaju "Opštinom šljiva"?

Dani šljive – Blace

Turističko privredna manifestacija Dani šljive Blace održavaju se svake godine u avgustu u istoimenom malom mestu smeštenom na istočnim padinama Kopanika.

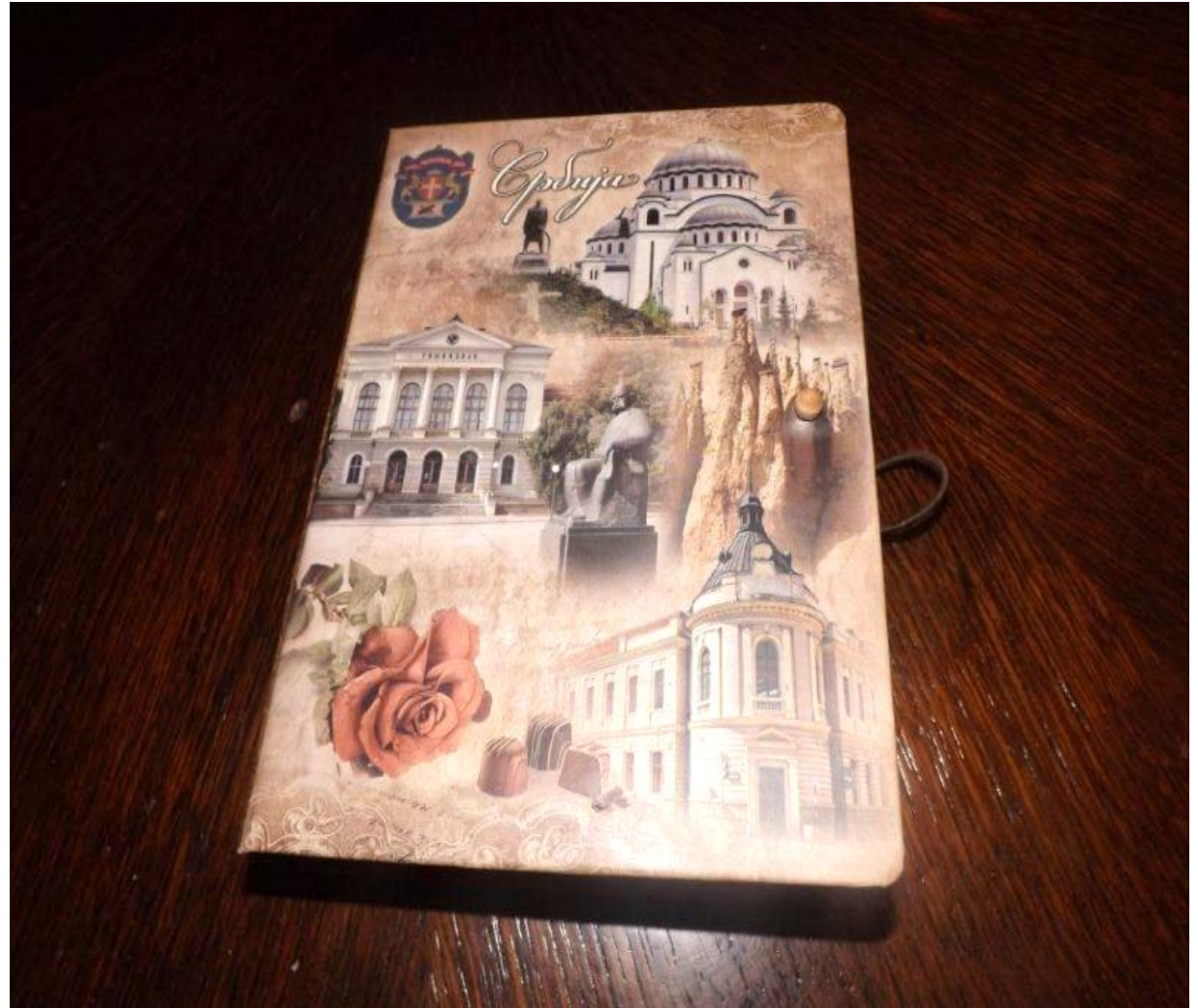
Blace nosi epitet "opština šljive" jer ima ukupno oko 2,5 miliona stabala šljive.

Tokom manifestacije se održavaju stručna predavanja iz oblasti voćarstva, bira se najbolji šljivik, najbolja rakija od šljive i najlepší štand.



Perspektive za uvođenje novih proizvoda – dodatne vrednosti i njihovog plasmana na tržištu

Brendiranje
čokoladirane sušene
šljive u turističkoj
ponudi. U
odgovarajućem
pakovanju, sa zaštitnim
znakom, sa motivima
Srbije - ovaj proizvod bi
mogao da bude plasiran
istovremeno i kao
suvenir



Perspektive za uvođenje novih proizvoda – dodatne vrednosti i njihovog plasmana na tržištu

Izrada i pakovanje proizvoda koji će biti distribuirani u hotelima, restoranima, suvenirnicama i drugim prodajnim objektima u Srbiji

Prerada šljive u druge proizvode i podsticanje seoskih domaćinstava u uvođenju novih proizvoda koji se prave na tradicionalan način.



ITB Berlin – najveći i najznačajniji sajam i turistička berza na svetu, 9-13. mart 2016.

- Turistička ponuda Čačka i Srbije – na štandu TOS
- “Jelički dukat” – Čačak, rakija
- “Polo” Čačak – sušene šljive



ITB Berlin – najveći i najznačajniji sajam i turistička berza na svetu, 9-13. mart 2016.



ITB Berlin – najveći i najznačajniji sajam i turistička berza na svetu, 9-13. mart 2016.



HVALA NA RAŽNJI



Marka za ceo svet