



# ZNAČAJ INTERNET PREZENTACIJE ZA RAZVOJ VINSKOG TURIZMA BANATA (SRPSKI I RUMUNSKI BANAT)

Milica Grahovac<sup>1</sup>,  
Tatjana Pivac<sup>1</sup>,  
Adrian Nedelcu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prirodno-matematički fakultet,  
Univerzitet u Novom Sadu,  
Novi Sad, Srbija

<sup>2</sup>Faculty of Economic Sciences,  
Petroleum-Gas University of Ploiesti,  
Prahova County, Romania

## Rezime:

Internet danas predstavlja jedan od najznačajnijih medija. Njegova primena je široko rasprostranjena u društvu, ekonomiji, privredi, turizmu. Savremeni turista planirajući svoja putovanja često se oslanja i koristi internet kao sredstvo informisanja. Pružaoci turističkih usluga se putem interneta otvaraju prema svetu, prezentuju potrebne informacije o sebi, proizvodima i uslugama koje nude. Internet vinarijama pruža mogućnost lakog i efikasnog predstavljanja. Mnoge vinarije širom sveta poseduju zvaničnu internet stranicu, putem koje turisti mogu da se informišu o istorijatu, lokaciji, kontaktima, cenama, vinima ali i uslugama koje mogu da im budu pružene prilikom obilaska vinarija. Cilj rada je da se na primeru vinarija iz banatskog regiona ukaže na veliki značaj koji savremene tehnologije imaju na poslovanje vinarija. U radu je izvršena komparacija internet prezentacija vinarija koje se nalaze u Banatu sa srpske strane i vinarija iz Banata sa rumunske strane.

## Ključne reči:

Banat, vinarije, vinski turizam, savremeni turista, internet.

## 1. UVOD

Vinski turizam je jedna vrsta turizma koja se brzo prilagodila potrebama svetskog turističkog tržišta. Potreba za saznanjem i analizom ove turističke forme nastala je kao rezultat turističke potražnje za promenom prirode turizma i otkrivanjem lokalne tradicije, uz degustaciju vina i upoznavanje tehnologije pripreme [1].

Savremeni turista ima sve probranije zahteve i opredeljuje se za odabrane programe koji će zadovoljiti njegove nejednakije turističke potrebe. Turistička tržišta Evrope i sveta karakteriše znatno prisustvo gotovo uniformisanih programa, koji se godinama ne menjaju. Otuda se među savremenim turistima javljaju tendencije traženja novih, specifičnih prostora, kao i novih načina prezentacije turističkih proizvoda. Poslednjih petnaestak godina, svetski turizam uključio je ponudu vezanu za vinogradarstvo i vinarstvo, koja se pokazala veoma uspešnom. Vinski turizam je prisutan u najpoznatijim vinogradarskim regijama poput Toskane i Pijemonta u Italiji, Burgundije i Bordoja u Francuskoj, Rajnske oblasti u Nemačkoj, Gradišća u Austriji, Kalifornije u SAD-u itd. Vino je postalo motiv za otkrivanje novih destinacija, posetu poznatim i cenjenim podrumima, potraga za novim proizvođačima, upoznavanje drugih kuhinja, običaja,

## Correspondence:

Milica Grahovac

## e-mail:

grahovacmilica@yahoo.com



navika i manifestacija [2]. Vinski turizam je sve aktuelniji u poslednje vreme, odnosno na turističkom tržištu se javila nova vrsta turista kojima je obilazak vinskih regiona postao primarni razlog posete i zadržavanja u određenoj regiji. Ova vrsta turizma objedinjuje vinsku kulturu regiona „od zasada, preko podruma, do čaše” i sve aspekte turističke privrede. Posetiocima se pruža jedinstveno čulno iskustvo uz mogućnost upoznavanja i prezentacije određenog vinogradarskog područja i njegovih karakteristika [3].

Pored novih turističkih potreba, kod savremenog turista probudila se želja i za novim, bržim načinom informisanja. Upravo zbog toga, veliki broj turista okreće se internetu kao sredstvu informisanja. Planirajući svoja putovanja, savremeni turista često traži pomoć interneta. Koristi ga prilikom planiranja putovanja, istraživanja novih destinacija ili kupovine turističkih usluga.

Kolika je upotreba interneta u vinskom turizmu? Da li internet prezentacija zaista pomaže vinarima da svoje proizvode i usluge ponude širem tržištu? samo su neka od pitanja čiji odgovori treba da se dobiju ovim radom.

Vinski region Banata odabran je za ovu temu jer vina-rije u srpskom i rumunskom Banatu vezuje jedinstveno područje sa bogatom i dugom vinogradarsko-vinskom tradicijom. One nisu na velikoj udaljenosti jedna od druge, te postoji dobra mogućnost da se u budućnosti povežu u banatski vinski put.

## 2. VINSKI TURIZAM BANATA

Banat predstavlja oblast u Panonskoj niziji koja se prostire na površini od 30.680 km<sup>2</sup> i zahvata delove teritorije Mađarske, Srbije i Rumunije.

### *Srbija:*

Prema nekim istorijskim izvorima, vinogradarstvo u vršačkom kraju datira još iz vremena Dačana i rimske vladavine, a prvi pisani podatak o tome potiče iz 15. veka kada je vršačko vino 1494. godine prodato dvoru kralja Vladislava Drugog. Iz zapisa turskog putopisca Evlije Čelebije saznajemo da su padine vršačkog brega zasađene vinovom lozom koja daje slatko i ukusno grožđe [4].

Krajem 19. veka, u Vršcu je bilo više od 10.000 ha vinograda. To je bilo najveće vinogorje u Ugarskoj, po tvrdnjama nekih statističara i u Evropi, u kojoj je filoksera ostavila pravu pustoš. Proterivanjem Turaka i doseljavanjem Nemaca iz Rajnske oblasti, vinogradarstvo postaje glavna privredna grana u Gudurici, obližnjem selu [5].

Vinski region Vojvodine sastoji se od sedam rejonu. Banat se nalazi u tri: Banatski rejon (Kikindsko vinogorje i Srednjobanatsko), Južnobanatski (Vršačko vinogorje, Belocrkvansko), a trećem rejonu pripada samo Severnopotisko vinogorje sa Čokom (u okviru Potiskog rejonu). Vinogradi se nalaze na Vršačkim planinama i u banatskoj ravnici, i pod uticajem su kontinentalne klime. Upravo zbog toga predstavljaju jedne od najkvalitetnijih vinograda u Srbiji [2].

### **Region Vojvodina**

- ◆ Sremski rejon
  - Fruškogorsko vinogorje
- ◆ Subotički rejon
  - Somborsko vinogorje
  - Paličko vinogorje
  - Horgoško vinogorje
- ◆ rejon Telečka
  - Zapadnotelečko vinogorje
  - Centralnotelečko vinogorje (Bačka Topola)
  - Istočnotelečko vinogorje (Mali Idoš)
- ◆ Potiski rejon
  - Severnopotisko vinogorje (Čoka)
  - Srednjepotisko vinogorje (Bečej)
  - Južnopotisko vinogorje (Titelski breg)
- ◆ Banatski rejon
  - Kikindsko vinogorje
  - Srednjobanatsko vinogorje
- ◆ Južnobanatski rejon
  - Vršačko vinogorje
  - Belocrkvansko vinogorje
  - vinogorje Deliblatska peščara
- ◆ Vinogradarska oaza Temerin [2]

Od autohtonih sorti na prostoru Banata gaji se kreaca, koja predstavlja staru belu autohtonu sortu. Od belih sorti na području Banata gaje se i: muskat krokan, muskat otonel, neoplanta, rajnski rizling, italijanski rizling, smederevka, tamjanika bela, župljanka; dok se od crnih sorti na području Banata gaje sorte: vranac, game, frankofka, merlo, cabernet sauvignon (kaberne sovinjon) [6].

### *Rumunija:*

Rumunija je zemlja koja spada u prvih 5 proizvođača vina u Evropi, i u prvih 10 na svetu. Ako tome dodamo i činjenicu da je Dionis, bog vina, rođen na rumunskoj teritoriji, jedina stvar koja preostaje turistima je da posete Rumuniju i uživaju u božanstvenim vinima [7].



Rumunija ima izuzetno dugu tradiciju proizvodnje vina. Vino se u Rumuniji proizvodi već 6000 godina unazad, i zbog toga Rumunija predstavlja jednog od najstarijeg proizvođača vina. Klimatski uslovi i zemljište u rumunskom delu Banata izuzetno su pogodini za gajenje vinove loze, stoga su banatski vinogradi godinama davali izvanredne plodove od kojih se proizvodilo najbolje vino Rumunije, koje se pilo i na bečkom dvoru [8].

Banatski vinski rejon obuhvata Teremianu, Tirol, Novu Moldavu, Silagiu, Rekaš.

Od sorti koje se uzgajaju u banatskom regionu mogu se naći stare autohtone sorte, ali i nove „uvezene” sorte vinove loze. Bele sorte koje najbolje uspeavaju na području Banata su: italijanski rizling, muskat ortonel, dok od crnih najbolje uspeavaju: merlo, pino noar (pino noir), crni burgundac [9].

### 3. KOMPARACIJA INTERNET STRANA VINARIJA SA PODRUČJA BANATA (SRPSKI I RUMUNSKI BANAT)

Sellitto (2004) smatra da su internet stranice odlični instrumenti koji se koriste za promociju vinskog turizma [10].

Vinski turizam je specifična vrsta turizma koja je interesantna zaljubljenicima u vino, odnosno vinskim turistima. Njih možemo okarakterisati kao posetioce vinograda, vinarija vinskih festivala i vinskih prodavnica sa ciljem odmora [2]. Vinski turisti su obrazovani, imaju veća primanja i visoko interesovanje za vino [11].

Za potrebe rada izvršena je komparacija internet strana vinarija koje se nalaze na području Banata sa srpske i rumunske strane. Komparacija je vršena kako bi se videla koja od navedenih zemalja ulaže više na prezentaciju vinarija putem interneta, čije su internet strane bolje, kvalitetnije i sa više informacija, šta to pružaju rumunske internet prezentacije, a šta pružaju srpske, da li postoje razlike, koja zemlja više osluškuje potrebe savremenog čoveka i turistice kojima internet predstavlja osnovno sredstvo informisanja.

#### *Analiza internet prezentacija vinarija sa područja srpskog Banata*

Vinarije iz Srbije čiji su se internet stranice koristile za komparaciju su: vinarija Čoka, Vršački vinogradi, vinarija Nedin, vinarija Sočanski i vinarija Vinik. Nakon istraživanja internet strana pomenutih vinarija, može se konstatovati da postoji jedan šablon po kojem se prave

zvanične internet strane vinarija. Naravno, svaka internet prezentacija se po nečemu razlikuje, ali uočeno je dosta sličnosti.

Internet stranice vinarija koje su se koristile za istraživanje	
Ime vinarije	Internet adresa
Vinarija Čoka	<a href="http://www.vinarijacoka.rs/">http://www.vinarijacoka.rs/</a>
Vršački vinogradi	<a href="http://www.vvinogradi.co.rs/">http://www.vvinogradi.co.rs/</a>
Vinarija Nedin	<a href="http://vinarijanedin.com/">http://vinarijanedin.com/</a>
Vinarija Sočanski	<a href="http://vinarijasocanski.com/">http://vinarijasocanski.com/</a>
Vinarija Vinik	<a href="http://www.dobrovino.com/">http://www.dobrovino.com/</a>

Tabela 1. Prikaz internet strana vinarija koje su se koristile za istraživanje.

Izvor: Istraživanje autora rada

Nešto što je karakteristično za internet strane vinarija jeste uvodna priča. Na svakoj internet strani turista može da se upozna sa kratkom istorijom vinarije, vinima i galerijom fotografija.

Istraživanjem je utvrđeno da svaka vinarija poseduje informacije o vinima. Ovakva vrsta informacija izuzetno je dobra jer omogućava upoznavanje posetilaca sa ukusima i aromama vina. Podaci ovakvog tipa kod posetioaca mogu da stvore želju za posetom vinarije i degustaciju vina.

Za svakog turistu izuzetno je važno da dobije informaciju koja je vezana za kontakt i adresu. Na sreću, svaka vinarija je imala ovakvu vrstu informacija. Na internet stranicama vinarija može se dobiti kontakt telefon ili e-mail adresa na kojoj može da se pošalje upit ili da se zakaže degustacija. Radi lakšeg pronalaženja vinarije, na internet stranama vinarija nalazi se mapa sa tačnom lokacijom. Ukoliko ne postoji mapa, može se pronaći link, kao na primer kod vinarije Vinik, koji posetioce dovodi do mape sa tačnom lokacijom vinarije. U turizmu je upotreba engleskog jezika obavezna. Upravo zbog tog razloga, internet strane vinarija se prave dvojezično – na srpskom i engleskom. Internet strana vinarije Čoka okrenuta je inostranim posetiocima jer svoje informacije pruža na srpskom, engleskom, ruskom i kineskom jeziku.

Pregledom internet strana utvrđeno je da vinarije Čoka i Vršački vinogradi pružaju mnoštvo zanimljivih i korisnih informacija. Vršački vinogradi imaju interesantnu priču o razvoju vinskog puta u Gudurici i blog na kojem se mogu naći mnogobrojne zanimljivosti vezane za vino. Dok vinarija Čoka, pored bloga, pruža mnoštvo različitih recepata za pripremanje hrane i uparivanje sa vinom.



Ukoliko neko samo istražuje internet strane vinarija sa prostora Banata, bio bi zadovoljan količinom dobijenih podataka. Svaka vinarija pruža osnovne informacije, fotografije i kontakte. Međutim, kada govorimo o uticaju internet prezentacije za razvoj vinskog turizma, među svim internet stranama vinarija jedna se posebno istakla, a to je internet prezentacija vinarije Sočanski. Ovo je jedina vinarija koja preko svoje zvanične internet stranice vrši online prodaju vina. Ova vinarija uvidela je veliki značaj internet prezentacije, koju koristi na najbolji način. Za svoje posetioce vinarija Sočanski nudi degustaciju i turističke ture. Sve ovo moguće je unapred zakazati

putem zvanične internet strane vinarije. Moguće je izabrati između mnoštva različitih turističkih ponuda, kao što su, na primer, degustacija vina, degustacija vina sa ručkom, poseta manastiru Mesić, obilazak vinograda, vožnja fижakerom i dr. Ovo je zaista jedan potpun sajt koji treba da služi ostalim vinarijama kao primer, kako bi mogle svoju celokupnu ponudu da prezentuju i putem interneta, i tako je učine transparentnom domaćim i inostranim turistima. Da bi došlo do većeg razvoja vinskog turizma, vinarije koje se nalaze na prostoru Banata trebalo bi da slede pozitivan primer vinarije Sočanski i da od internet prezentacije izvuku maksimum koristi.

Vinarije sa područja srpskog Banata

	<i>Kontakt i lokacija</i>	<i>Galerija</i>	<i>Degustacija</i>	<i>Online kupovina vina</i>	<i>Dodatna turistička ponuda</i>	<i>Višejezičnost sajta</i>
<b>Vinarija Čoka</b>	+	+	+	-	-	4 jezika
<b>Vršacki vinogradi</b>	+	+	+	-	-	2 jezika
<b>Vinarija Nedin</b>	+	+	+	-	-	1 jezik
<b>Vinarija Sočanki</b>	+	+	+	+	+	2 jezika
<b>Vinarija Vinik</b>	+	+	+	-	-	2 jezika

Tabela 2. Tabelarni prikaz internet prezentacije vinarija iz Srbije.

Izvor: Istraživanje autora rada

#### *Analiza internet prezentacija vinarija sa područja rumunskog Banata*

Vinarije sa područja Rumunije čije su se internet stranice koristile za koparaciju su: Terra Natura, Petro Vaselo, Recas Winery, Thesaurus Winery.

<b>Internet stranice vinarija koje su se koristile za istraživanje</b>	
<i>Ime vinarije</i>	<i>Internet adresa</i>
Terra Natura	www.terrannatura.ro
Petro Vaselo	http://petrovaselo.com/en/home/
Recas Winery	http://cramelerecas.ro/
Thesauru Winery	http://www.thesauruswines.ro/

Tabela 3. Prikaz internet strana vinarija koje su se koristile za istraživanje.

Izvor: Istraživanje autora rada

Sve vinarije, čije su internet strane pregledane i istražene, zadovoljavaju osnovne potrebe prosečnog turista. Vinarije pružaju osnovne podatke o vinogradu, kratku istoriju vinarstva Banat, i galeriju fotografija, kontakt i adresu vinarije.

Međutim, uočeno je da pojedine vinarije, kao što su Petro Vaselo i Thesaurus Winer, na svojim internet stranama daju podatke i o svom timu, odnosno upoznaju posetioce sa timom ljudi koji radi u vinariji. Ovi podaci su dobri kako za vinariju, tako i za posetioce. Zaposlenima u vinariji prija da budu predstavljeni kao deo jedne zajednice/tima, dok se posetioci već putem interneta osim vinarije upoznaju i sa zaposlenim osobljem, što relaksira atmosferu prilikom posete.

Višejezičnost internet strane postala je osnova prilikom kreiranja internet prezentacije vinarije, i nešto što zahteva svaki savremeni turista. Od istraženih internet strana, jedino vinarija Terra Natura svoje informacije pruža na rumunskom jeziku, dok sve ostale vinarije imaju dvojezične (rumunski i engleski jezik) internet strane.

Sve vinarije na svojim internet stranama poseduju prezentaciju vinskih etiketa, zajedno sa opisom aroma vina, što je, kako je i gore navedeno, sjajno jer se tako turisti unapred pripreme i znaju šta mogu očekivati prilikom degustacije vina.

Nažalost, onlajn kupovina vina nije razvijena kod rumunskih vinarija. Od četiri vinarije, jedino vinarija Terra Natura poseduje mogućnost onlajn kupovine vina.



Sa stanovišta savremenog turista, internet prezentacije bi morale da imaju informacije koje su vezane za vinski turizam, odnosno informacije o mogućim degustacijama ili drugim turističkim uslugama. Recas Winery pruža mogućnost onlajn zakazivanja posete vinariji. Online formular mogu da popune fizička ili pravna lica. Potrebno je ostaviti kontak informacije, uneti broj posetilaca i odabrati uslugu (poseta vinariji, degustacija vina). Internet prezentacija vinarije Recas predstavlja jedan pozitivan primer kako internet može da pomogne vinariji da lakše prezentuje svoje usluge, ali i da pomogne posetiocu koji na brz, lak i efikasan način želi sebi da kreira individualno putovanje. Thesaurus Winery na svojoj zvaničnoj internet strani ima kontakt osobe koja je zadužena za prijem turista i organizovanje degustacije. Zainteresovani turista može putem telefonskog poziva detaljnije da se informiše i zakaže grupnu ili individualnu degustaciju. Angažovanje jedne osobe iz vinarije koja bi se bavila razvojem vinskog turizma je sjajna ideja, međutim u „moru” poziva od strane turista može doći i do zabuna.

Na kraju, ipak je jednostavnije da se putem zvanične internet strane vinarije dobiju sve informacije o turističkim paketima, i da se turistima omogući onlajn zakazivanje. Onlajn zakazivanjem vinari dobijaju e-mail sa tačnom uslugom koja je bukirana i koju turisti očekuju da će im biti pružena, dok turisti dobijaju povratan e-mail da je usluga potvrđena i zakazana. Sve je transparentno i veoma teško može da se desi greška.

Vinarija Petro Vaselo nema mogućnost da se potencijalni posetilac direktno putem internet strane informiše o mogućnosti organizovanja degustacije. Međutim, na internet strani <http://www.revino.ro/en/>, koja se bavi vinskim turizmom Rumunije, mogu se pronaći podaci o mogućim degustacijama u vinariji Petro Vaselo. Iako je dobro da postoji jedna zvanična internet strana koja se bavi razvojem vinskog turizma na prostoru cele Rumunije, za turistu koji se prvi put susreće sa ovom vrstom turizma nije dobro što se informacije koje govore o mogućoj poseti vinarije ne nalaze na zvaničnoj internet strani vinarije.

Vinarije sa područja rumunskog Banata

	<i>Kontakt i lokacija</i>	<i>Galerija</i>	<i>Degustacija</i>	<i>Online kupovina</i>	<i>Dodatna turistička ponuda</i>	<i>Višejezičnost sajtova</i>
<b>Terra Natura</b>	+	+	+	+	-	1 jezik
<b>Petro Vaselo</b>	+	+	+	-	+	3 jezika
<b>Recas Winery</b>	+	+	+	-	+	2 jezika
<b>Theasurus Winery</b>	+	+	+	-	+	2 jezika

Tabela 4. Tabelarni prikaz internet ponude vinarija iz Rumunije.

Izvor: Istraživanje autora rada

### *Zaključna analiza trenutnog stanja*

Na osnovu ovog istraživanja internet stranica vinarija sa prostora Banata, utvrđeno je da sve pretežno poseduju slične informacije. Međutim po nečemu se i razlikuju. Vinarije koje svoju celokupnu ponudu prezentuju putem interneta ističu se domaćim, ali i inostranim turistima. Takođe, postoji i veća mogućnost da će baš te vinarije imati veću posećenost i bolju prodaju vina.

Vinarije koje bi želele da razviju vinski turizam i ostvare veći broj poseta moraju da se prilagode savremenom turisti, korisniku interneta.

Vinari mogu da imaju mnogobrojne koristi od interneta za svoje vinarije. Bolja saradnja sa kolegama, bolja poslovna slika, povećanje svesti o brendu i povećan broj posetilaca predstavljaju samo neke od prednosti posedovanjem internet strane [12].

Internet, koji je postao osnovno sredstvo informisanja, omogućava kreiranje internet prezentacija koje pružaju sve potrebne informacije. Internet strana vinarije na kojoj pored kontakta, opisa vina, istorije imamo ponudu sa cenama i mogućnost zakazivanja termina posete, pomogla bi vinarima i turistima.

Ukoliko bi se ponuda sa mogućnošću onlajn zakazivanja sprovodila putem interneta, posetioci bi mogli brzo, lako i u bilo kom trenutku da zakažu svoju degustaciju i posetu vinariji. Zbog opisa posla vinari ne mogu često da budu pored telefona i da čekaju zahteve potencionalnih posetioca, već mogu nakon dana provedenog u vinogradu ili vinskom podrumu da pogledaju da li postoji onlajn zahtev za posetu vinarije, i da na isti odgovore.



Na kraju analize internet strana može se zaključiti sledeće:

- ♦ Internet prezentacijom potencijalni turisti mogu da dobiju sve bitne informacije o vinariji, vinu, lokaciji, cenama vina;
- ♦ Internet prezentacije vinarija veoma je bitna za razvoj vinskog turizma jer internet predstavlja globalnu mrežu, tako da su sve informacije sa interneta dostupne ljudima širom sveta.

#### 4. ZAKLJUČAK

U turizmu ljudi koriste internet za kupovinu avio-karata, bukiranje i kupovinu hotelskog smestaja, kupovinu ulaznica za posetu muzeja, galerija i drugih turističkih znamenitosti, pa zašto ne bi koristili internet za kreiranje sopstvenog putovanja?

U Srbiji, ali i u regionu, internet se još uvek ne koristi toliko za kreiranje putovanja, turisti ga više koriste kao sredstvo istraživanja. Međutim, i dalje su skeptici prilikom onlajn plaćanja turističkih usluga.

Starije stanovništvo našeg regiona još uvek traži pomoć od turističkih organizatora prilikom putovanja. Jednostavno, one im ulivaju sigurnost da će sve usluge koje su plaćene biti i ispunjene. Međutim, mlađe stanovništvo veoma rano počinje da koristi internet i da upozna sve njegove prednosti. Koriste internet za istraživanje, kreiranje rezervacija i plaćanje usluga. Upravo zbog njih, novih, mladih turista koji tragaju za novim vrstama turizma i koji su željni upoznavanja novih iskustava i doživljaja, treba predstaviti turističku ponudu onlajn. Novi svet je brz i on zahteva informacije koje su tačne i koje mogu da se dobiju u veoma kratkom vremenu.

Vinarije koje se nalaze na prostoru Banata (srpski i rumunski Banat) moraju da ulože više energije i sredstava za kreiranje internet prezentacija koje će zadovoljiti potrebe savremenog turista. Trenutno stanje je takvo da većina vinarija sa istraženog područja turistima pruža osnovne informacije o vinariji. Nažalost, internet prezentacije još uvek nisu okrenute ka savremenom turisti i ne prezentuju podatke koje su vezane za turističku uslugu. Potrebno je poslušati zahteve tržišta i otići korak dalje jer komunikacija putem interneta predstavlja budućnost.

#### LITERATURA

- [1] Nedelcu, A. (2014): Potential of Wine Tourism in Romania. Case Study: Dealu Mare Vineyard, Annals Of The „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Special Issue/2014-Information Society and Sustainable Development, pp.50-55
- [2] Pivac, T. (2012): Vinski turizam Vojvodine, monography, Faculty of Sciences, Department of geography, tourism and hotel management, Novi Sad, pp.10-46
- [3] Pivac, T, Romelić, J., Košić, K. (2009): Estimation of potentials for development of wine tourism in Vojvodina, collection of papers – Faculty of geography, University of Belgrade: vol. LVII, pp.214-228
- [4] Vlastelica, R. (2011): Putevi vina Srbije, Turistička organizacija Srbije, Beograd, pp.18
- [5] [http://www.to.vrsac.com/Default.aspx?Lang=sr&Page=Vin skiPodrum](http://www.to.vrsac.com/Default.aspx?Lang=sr&Page=Vin%20skiPodrum)
- [6] <http://www.vinopivorakija.com/vino/srbija/region-vojvodina/banatski-rejon/>
- [7] <http://www.romania-eye.com/travel/wine.html>
- [8] <http://www.dvhh.org/heritage/economy/vineyards-Banat.htm>
- [9] <http://www.premiumromania.com/regions/banat.html>
- [10] Sellitto, C. (2004): Internet adoption by Australian wineries: Perceived benefits and direct marketing practices. International Journal of Wine Marketing, 16(3), pp.58-72
- [11] Yuan, J., Cai, L.A., Morrison, A.L., & Linton, S. (2005): An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events? Journal of Vacation Marketing, 11(1), pp.41-58
- [12] Australian Wine Federation. (2004): Wine tourism uncorked: a guide to making wine tourism work for you. Adelaide. Cited in Sellitto, C. (2005). A study of emerging tourism features associated with Australian winery websites. Information Technology & Tourism, 7, pp.157-170



# THE IMPORTANCE OF THE INTERNET TRANSPARENCY FOR THE BANAT WINE TOURISM DEVELOPMENT (THE ILLUSTRATION OF BOTH THE SERBIAN AND ROMANIAN BANAT)

## Abstract:

Today, internet is one of the most important media in the world. Its use is widespread in society, economy, industry, tourism, etc. While planning their journey modern tourists often use internet as a mean of informations. Tourism service providers present themselves to the world via Internet by giving information about them, their products and services. Also, wineries can use it to easily and efficiently show their products. Many wineries around the world have their official website, through which tourists can view things about their history, location, contacts, prices, wines and winery tours. The goal of this paper is to show how big of an impact do modern information technologies have for winery management, highlighting the Banat region wineries. Paper analyses and compares the internet presentation of wineries in these two regions: Serbian region and Romanian region of Banat.

## Keywords:

Banat, winery, wine tourism, modern tourists, Internet.