



Na ulazu u Malu Remetu, naselje do pre desetak godina poznato po istoimenom manastiru, od 2008. nalazi se pogon za proizvodnju jabuka Atos Fructum, a četiri godine kasnije otvorena je i Vinarija „Deurić“. Mitar Deurić, diplomirani ekonomista i vlasnik porodičnog kapitala na imanju od 150 ha, uspeo je da pomiri voćarstvo i vinogradarstvo, proizvodnju jabuka i grožđa, odnosno finalnog proizvoda vina.

Prvobitna ideja uzgoja jabuka, već posle par godina imala je snažan zamah, a izvoz na tržište Rusije, i to prema trgovinskim lancima, dostizao je čak 95%. Mada su se stvari u međuvremenu promenile, a borba za ovo tržište dovela do jednog malog cenovnog rata među domaćim proizvođačima i izvozicima, Atos Fructum je pre tri godine doneo odluku da smanji prisustvo na ruskom i otvorio prostor za nova tržišta.

- Prisutni smo i angažovani na gotovo svim voćarskim sajmovima, od Madrida, Berlina, Londona, Hong Konga, Dubaia, gde smo uspeli da stupimo u kontakt sa uvoznicima voća i povrća u zemlje Skandinavije, Bliskog i Dalekog istoka. Pokazalo se da je naš kvalitet izuzetno dobar, a cene konkurentne, pogotovo kada znamo da su upravo te zemlje rigorozne kada je zdravstvena bezbednost proizvoda u pitanju. Atos Fructum je u tom segmentu možda i lider u Srbiji, i u svakoj od faza kroz koje Atos jabuka prolazi, primenjujemo stroge standarde koje propisuju GLOBALGAP i ISO22000. Ne postoji mogućnost da se u našim prouzvodima pronađu ostaci pesticida niti ičega što nije dobro za zdravlje ljudi. Prepoznati smo kao pouzdana kompanija. Krenuli smo postepeno, da bi danas učešće prodaje naše jabuke na tržištima van Rusije bilo veće od 70% - istakao je gospodin Mitar Deurić.

Samo par godina od početka uzgoja jabuka započela je i sadnja vinograda, i vrlo brzo Vinarija „Deurić“ postala poznatija po svojim vinima nego Atos Fructum po proizvodnji jabuka.

- Godišnje prodamo više od 15.000 tona jabuke. Jabuka je proizvod veoma široke potrošnje bez velike pompe koja prati proizvodnju i njen plasman. U vinskom segmentu je malo drugačija situacija. Vino je ličan proizvod koji uključuje emociju, a i značajno više se radi na promovisanju vina, vinarije. Međutim, uspeli smo da nađemo jednu simbiozu na našem imanju, između 150 ha proizvodimo vrhunsku jabuku i grožđe, a od grožđa vina, i u budućnosti ćemo nastaviti da negujemo i jednu i drugu priču i budemo što bolji proizvođači jabuka, a i što prepoznatljiviji kao vinarija, ne samo u zemlji već i regionu.

Atos Fructum je jedan od pionira preobražaja ovog, do pre izvesnog vremena, prilično nerazvijenog dela Fruške gore, koji je ovog prostoru sadnjom vinograda i izgradnjom vinarije, dao karakter i osmislio njegov razvoj.

- Fruška gora je nebrušeni dijamant, situiran između dva najveća grada, dve najveće

reke, pored centralnog auto-puta kroz našu zemlju. Nekako je logično bilo da slika Fruške gore, donedavno zapostavljene turističke destinacije, često nazivane „roštilj destinacijom“, „destinacijom rinfuznih vina“, poslednjih godina počinje da se menja. Tome je doprineo veliki broj mlađih, kvalitetnih vinarija i vinara koji primenjuju savremene tehnologije u preradi grožđa i proizvodnji vina, kojima je kvalitet finalnog proizvoda na prvom mestu. Sve to nadopunjava priroda Fruške gore, prvog nacionalnog parka u Republici Srbiji (1960), najveća koncentracija lipove šume u Evropi, sa dvadesetak manastira, od kojih su skoro svi aktivni. To je izuzetan potencijal. Atos Fructum i Vinarija „Deurić“ baštine taj potencijal koji na žalost nije do kraja iskorišćen, ali oseća se u svim strukturama države, od republičke pokrajinske vlade do lokalnih samouprava da se daje sve veći značaj Fruškoj gori i siguran sam da ćemo u narednom periodu svi zajedno biti na zajedničkom zadatku i vinari i ugostitelji, i hotelijeri i državne strukture i tako doprineti razvoju Fruške gore u turističku destinaciju broj jedan u Srbiji-konstatovao je naš sagovornik.

U prilog njegovom optimizmu ide činjenica o sve većem broju ozbiljnih privrednika spremnih da se udruže, i pored sopstvenih projekata podrže izgradnju infrastrukture i dodatnih sadržaja, i Frušku goru „udese“ za prihvat i vinskih i banjskih turista, biciklista i poklonika verskog turista...

- Smatram da bez saradnje svih tih segmenata: privrednih, turističkih i političkih, nećemo moći da pravimo destinaciju. Ali, stekao sam utisak da je to prepoznato od strane svih i da će mnogo lakše ići kada imamo zajednički cilj, zajedničke zadatke da Frušku goru pretvorimo u jedno lepo mesto, možda i visnku prestonicu Srbije - zaključio je gospodin Mitar Deurić.





www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



www.topsrbija.com



