



Porekлом sa severnoameričког континента, аронија (*Aronia melanocarpa*) или сибирска боровница, данас је позната у целом свету, а највеће плантаже ове билке у Европи налазе се у Русији, Пољској, Украјини, Немачкој и Бугарској. Последњих година све више се гаји и у нашој земљи. Висок садржај билјних фенола чини је изузетно лековитом, посебно корисном код тегоба са високим крвним притиском и побољшања еластичности крвних судова.

Bobičasti плодови ове билке расту без природних непријатеља и отпорни су на све временске услове као и на екстремно ниске температуре (-30°C). Због њене лековитости и отпорности на њен узгој одлуčио се тројлан tim „House of food“ из Београда. На плантажама у Даљу, иза Шиманивца, надомак Београда, на пет хектара засадили су 12.500 садница ове билке са првобитном идејом да је пласирају у сировом стању. Nedostatak интересената за тако нешто, приморao ih je на нови корак, да плод ароније претоče u neke od производа. Предузимљиви и креативни одлучили су се на теже и дугорочније решење i srpskom tržištu ponudili нешто оригинално i најбоље. Poznato je da se od ароније u svežem ili sušenom obliku производе sokovi, čaj, džem, pekmez, vino, likeri... Oni su se одличили за три производа: sok, nadev i preliv, kao достојне представитељице „House of food“, али и српске prehrambene производње. Представник „House of food“, господин Марко Јелић, објашњава да је определеност за 100% природан sok od ароније била логична zbog njegovog sadržaja: provitamina A, vitamina: B2, B6, B9, C, E i vitamina P, минерала: гвођа, калцијума, калијума, бакра, јода, кобалта, фосфора, магнезијума и dr., као и антиоксиданти који директно утиче на ослађавање организма од штетних елемената: токсина, слободних радикала и осталих узроčника појава болести у организму. За друга два производа каže да су плод две-три године дугог истраживања на квалитету, укусима, текстури, да би се добили јединствени производи не само на srpskom tržištu već i na svetskom. Oni се данас prisutni u vrhunskim hotelima i restoranima: Falkensteiner i Square Nine u Beogradu, Sheraton u Novom Sadu, a i kod Proizvođača peciva i torti „Stamevski“ iz Stare Pazove, srpskom pekarskom lancu „Hleb i kifle“, „Domaćim kiflicama“ iz Beograda, по продавницама здраве hrane širom zemlje, od skora i продавницама trgovinskog lancu Univerexport.

- Аронија nije nepoznanica kod нас. Sa друге стране борба за тржиште је јестока и то је разлог нашег труда да проширимо њену примену van sokova i drugih već prisutnih производа, i osmislimo нешто потпуно ново. Асоцијација на аронију је здравље и то се пре свега односи на матични производ - sok od ароније. Друга два наша производа, nadev i preliv se razlikuju od джемова, pekmeza, marmalada i sl. jer садрже много мање шећера, који се користи само у процесу „одгорчавања“. Стога и њих слободно можемо уврстити u производе са ознаком „здраво“ - објашњава господин Јелић. Dok preliv od ароније služi kao dodatak jelima, idealan u kombinaciji sa mesom, jakim sirevima, generalno sa intenzivnim укусима, nadev je

termostabilna varijanta sa mnogo širom primenom, pa se pretežno koristi u ugostiteljstvu i poslastičarstvu. Gospodin Ilić komentariše i prisutnost ove firme na odabranim mestima za reprezenovanje prehrambenih proizvoda:

- Putem festivala i manifestacija, na kojima ćemo se u narednom vremenu češće pojavljivati, želimo samo da upoznamo ljude sa našim radom, odnosno novim ukusima koje nemaju mogućnost da iskuse na mnogo mesta, a samim tim da privučemo partnere sa kojima bi mogli da ostvarimo korisnu saradnju. „House of food“ je odličan primer nastupa na tržištu bogatom raznoraznim proizvodima. Ako se kvalitet podrazumeva, druga stepenica na kojoj bi trebalo intenzivnije raditi je kreiranje noviteta, bilo da se radi o ukusima, načinu primene ili nečem trećem.

