



Sva veća mesta imaju industrijske zone, a Kikinda, ima poljoprivrednu zonu. Udruženje „Banatska lenija“ (lenija-lokalizam koji označava kolski put kroz njive), osnovana je 2003. godine sa ciljem da iskoristi najveće prirodno bogatstvo severnog Banata, Bogom danu zemlju za gajenje povrća.

Dobra zelja, vredne ruke i znanje i ideje ljudi okupljeni oko Udruženja „Banatska lenija“, vrlo brzo su dali veoma zapažene rezultate. Ali pitanje je da li su kvalitet proizvoda, koji je u ovom slučaju neosporan, dovoljne količine proizvedenog povrća i bostana, podrška i podsticaj lokalne vlasti, a uz sve to i nadaleko čuveni brend „kikindske ludaje“, doveli do željenih rezultata. To smo pokušali da saznamo u razgovoru sa predstavnicima kikinskog Udruženja „Banatska lenija“, koji su bili učesnika na nedavno održanom, 13. po redu, Savetovanju povrćara, koje je organizovao Poljoprivredni fakultet u Novom Sadu, i prof. dr Žarko Ilin.

U razgovoru sa Draganom Vukobratom, članom upravnog odbora „Banatske lenije“ zaduženim za povrćarstvo, dobili smo informacije iz prve ruke, i na žalost bez obzira na uloženi rad i trud, utisak je da bi rezultati mogli biti mnogo bolji.

-Mi već godinama propagiramo sveobuhvatni pokret u proizvodnji povrća, kako na otvorenoj tako i na zatvorenoj površini, s tim što smo dobili od lokalne samouprave 18 hektara zemlje na kojoj će biti postavljeno ogledno polje sa edukativnom centrom, tj „inkubator“, gde će se naši poljoprivrednici i budući kooperanti obučavati i tako pripremljeni i obučeni na svojim gazdinstvima nastaviti da proizvode u okviru te poljoprivredne zone.

Tako da će prvi deo biti edukativan centar, a drugi radni deo na kojem će biti uspostavljena proizvodnja, za prvo vreme u 20 plastenika, koliko je u planu, veličine 10 x70 metara, oko 14.000 kvadrata.

Treći predviđen deo, prerada, pakovanja i čuvanja, to bi se radilo na jednom otkupnom mestu, zajedno sa plasiranjem proizvoda kako iz zone tako i od kooperanata koji će da rade. To je i osnovna i najvažnija stvar, jer bez toga proizvodnja, ma kakava da je, gubi smisao. Predviđamo postavljanje rashladnu komoru, za prvo vreme, a posle ako bude potreba širićemo se dalje.

Radovi su u toku, zemlja se sređuje, izrađena je studija izvodljivosti i radi se glavni plan regulacije za tu površinu. Na proleće počinju meliracioni radovi, postavljanje plastenika i ostalih struktura.

Prostor za izgradnju skladišta, još nije definisan. Jedan od razloga što smo došli na ovo savetovanje je taj da bi mi, predstavnici Udruženja „Banatska lenija“, popričali sa stručnjacima iz ove oblasti proizvodnje, da čujemo šta ima novo i razmenimo iskustva.

U međuvremenu, opština Kikinda, zajedno sa još četiri opštine u Vojvodini, konkurisala je za mesto u beogradskoj „Veletržnici“, što će, ako se ostvari, a verujem da će biti tako, za nas to biti jedan od motora pokretača za proizvodnju. Očekujemo da će se ovaj značajni posao realizovati tokom ove godine.

Na pitanje kakvo je interesovanje za vaše udruženje, i što se tiče članstva i širenja proizvodnje, naš sagovornik kaže:

-Za sada su ljudi skeptični zbog situacije na tržištu, neredovnog plaćanja, jer se prečesto dešava da daš robu, a pare ne možeš da izvučeš. Kvalitet mi možemo da postignemo i isporučimo sve po dogovoru, ali veliki je problem sa plaćanjem. Pogotovo onaj deo koji je otišao u prerađivačku industriju. Mi smo proizvođači i semenske robe i imamo taj reparitet ali kada ćemo za svoju robu dobiti pare, pitanje je.

Dragan Vukobrat kaže da se traže sve vrste povrtarskih kultura. Udruženje ima izuzetno dobru proizvodnju lubenica, kupusa, paradajza, paprike i krastavaca, ali povrtari proizvode i tikvice i mladi luk, i karfiol i brokoli, ukoliko sve može da se proizvede. Pokušali su i kikindsku bundevu – Ludaju, da bolje brendiraju, međutim, za tako nešto je potrebno iznaći nešto sasvim autentično, jer bundeva kao bundeva ne može da postigne željeno interesovanje. No, članovi Udruženja „Banatska linija“, pa i čitava Kikinda, nastavljaju brendiranje ludaje u želji da od bundeve naprave brend kao što su to Futožani uradili sa kupusom. Futožani su, zapravo, brend Futoškog kupusa promovisali preko kiselog kupusa koji je u širokoj upotrebi, a Kikindžani još traže nešto slično za bundevu. Da li će uspeti u nameri da bundevu brendiraju kroz gibanicu, bundevaru, neku drugu poslasticu, ostaje da se vidi, ali je više nego očigledno da volja postoji, ideje su brojne i nadaju se najboljem.

Na kraju razgovora, Dragan Vukobrat je obavestio da tokom zimskog perioda, za sada, sve teče uobičajenim tokom, salata je rasađena po plastenicima, a ostalo povrće se sprema za proleće, koje svi željno očekuju.