



Poreklom sa severnoameričkog kontinenta, aronija (*Aronia melanocarpa*) ili sibirski borovnica, danas je poznata u celom svetu, a najveće plantaže ove biljke u Evropi nalaze se u Rusiji, Poljskoj, Ukrajini, Nemačkoj i Bugarskoj. Poslednjih godina sve više se gaji i u našoj zemlji. Visok sadržaj biljnih fenola čini je izuzetno lekovitom, posebno korisnom kod tegoba sa visokim krvnim pritiskom i poboljšanja elastičnosti krvnih sudova.

Bobičasti plodovi ove biljke rastu bez prirodnih neprijatelja i otporni su na sve vremenske uslove kao i na ekstremno niske temperature (-30°C). Zbog njene lekovitosti i otpornosti na njen uzgoj odlučio se tročlani tim „House of food“ iz Beograda. Na plantažama u Daču, iza Šimanivaca, nadomak Beograda, na pet hektara zasadili su 12.500 sadnica ove biljke sa prvobitnom idejom da je plasiraju u sirovom stanju. Nedostatak interesenata za tako nešto, primorao ih je na novi korak, da plod aronije pretoče u neke od proizvoda. Preduzimljivi i kreativni odlučili su se na teže i dugoročnije rešenje i srpskom tržištu ponudili nešto originalno i najbolje. Poznato je da se od aronije u svežem ili sušenom obliku proizvode sokovi, čaj, džem, pekmez, vino, liker... Oni su se odličili za tri proizvoda: sok, nadev i preliv, kao dostojne reprezentе firme „House of food“, ali i srpske prehrambene proizvodnje. Predstavnik „House of food“, gospodin Marko Ilić, objašnjava da je opredeljenost za 100% prirodan sok od aronije bila logična zbog njegovog sadržaja: provitamina A, vitamina: B2, B6, B9, C, E i vitamina P, minerala: gvožđa, kalcijuma, kalijuma, bakra, joda, kobalta, fosfora, mangana i dr., kao i antocijanina koji direktno utiče na oslobađanje organizma od štetnih elemenata: toksina, slobodnih radikala i ostalih uzročnika pojava bolesti u organizmu. Za druga dva proizvoda kaže da su plod dve-tri godine dugog istraživanja na kvalitetu, ukusima, teksturi, da bi se dobili jedinstveni proizvodi ne samo na srpskom tržištu već i na svetskom. Oni se danas 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, po prodavnicama zdrave hrane širom zemlje, od skora i prodavnicama trgovinskog lanca Univerexport.

- Aronija nije nepoznanica kod nas. Sa druge strane borba za tržište je žestoka i to je razlog našeg truda da proširimo njenu primenu van sokova i drugih već prisutnih proizvoda, i osmislimo nešto potpuno novo. Asocijacija na aroniju je zdravlje i to se pre svega odnosi na matični proizvod - sok od aronije. Druga dva naša proizvoda, nadev i preliv se razlikuju od džemova, pekmeza, marmalada i sl. jer sadrže mnogo manje šećera, koji se koristi samo u procesu „odgorčavanja“. Stoga i njih slobodno možemo uvrstiti u proizvode sa oznakom „zdravo“ - objašnjava gospodin Ilić. Dok preliv od aronije služi kao dodatak jelima, idealan u kombinaciji sa mesom, jakim sirevima, generalno sa intenzivnim ukusima, 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 reprezentovanje 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.

