

МЛАДИ У ПОЉОПРИВРЕДИ

## Успео са медом, после лекција са гљивама

Мирко Перић се као двадесетогодишњак упустио у производњу шитаки гљива и после осам година пионирског рада, ипак, решио да се посвети производу у чијој основи је нешто што је традиција његове породице – мед

Из родног села Петка, поред Пожаревца, Мирко Перић (35) је по завршетку средње школе кренуо на студије електро-технике. Међутим, од академских обавеза примамљивија му је била идеја да се врати у за-вичај и оствари велику жељу – упусти се у предузетничке воде и постане свој газда.

На узбудљивом и помало су-лудом путу, каже уз осмех, дуже је од деценије и не намера-ва да одустане.

– Ништа не може да се мери са осећајем задовољства на крају радног дана. Када се са-беру сви успешно обављени послови, али и они други. Све су то добре пословне и животне лекције, искрено говори о предузетничком искуству за Економетар.

На дедовини, у породичном газдин-ству, још од дечачких дана помагао је на свим пословима: на њиви, у штали, на пијаци. Јако млад, пре десетак година



Мирко Перић

Од 2016. године окреће се производу који је и пре тога био један из палете вредне породице Перић. Мед и кошнице увек су били њихова обавеза али највише из личне потребе. Тек нешто мало, ако је година била добра, износили су на пијаци за продају.

Иновативан и склон да се упусти у изазов стварања нечега новог, осмислио

чешће купују теглице индустријских заслађивача – кремове, нутеле и ине. Тако се родила идеја да у мед убаци лешник. Водио се српским специјалитетом – мешавином меда и ораха. Са „Веверком“ је за три године на тржишту освајао признања на специјализованим пчеларским манифестацијама, сајмо-



За сада у понуди три укуса: мед са лешницима, малином и вишњом – награде стигле већ са првим учешћем на манифестацијама хране и меда

смело се упустио у пионирски подухват производње шитаки гљива. И није оду-стао пуних осам година. Тек када је подву-као црту и заокружио читав процес про-изводње, схватио је да у плодном Стигу гљива, чија је постојбина далека Кина, ипак, не може да буде производ са којим ће бити предузетник какав жели.



Фото: Божидар В. Недељковић

је производ у чијој основи је управо мед: медени крем са лешником.

– Оно што ми је буквално било испред носа и што сам свакога дана лично конзу-мирао показало се да је пут ка успеху.

У малим теглама, црвеножутог пако-вања, „Веверко“ је настао после доброг промишљања.

вима здраве, етно хране. Однедавно је направио два нова укуса, мед са мали-ном и мед са вишњом. Те теглице из Пет-ке прво су стигле на полице радњи лан-ца dm дрогерија.

Ипак, када говори о предузетништву, Мирко Перић не може а да се не осврне на искуство са гљивама.

### Шанса за пласман

Мали и средњи домаћи произвођачи, њих 18, захваљујући пројекту dm инкубатор добили су прилику да изађу на тржиште и представе 57 иновативних производа, из сегмента хране и козме-тике за негу и лепоту. Током три месе-ца, произвођачи су могли да траже са-вете, консултују се са стручњацима како би што боље у будућности позициони-рали своје производе. Инкубатор је по-чео прошле јесени, 1. октобра 2018, у сарадњи са УСАИД-ом тј. њиховим Пројектом за кон-курентну привреду, Развој-ном агенцијом Србије, Наци-оналним удружењем за развој органске производње Србија Органика и Факултетом при-мењених уметности.

– Као што ми пчелари вара-мо пчеле и „крадемо“ им мед из кошница, тако сам осмис-лио производ који ће да „пре-вари“ све оне који не једу мед, да почну да га конзумирају.

У разговору са пријатељи-ма, рођацима и купцима на сајмовима слушао је како знају да је мед здрав али да

чешће купују теглице индустријских заслађивача – кремове, нутеле и ине. Тако се родила идеја да у мед убаци лешник. Водио се српским специјалитетом – мешавином меда и ораха. Са „Веверком“ је за три године на тржишту освајао признања на специјализованим пчеларским манифестацијама, сајмо-



Фото: Предраг Влачић



Мирко Перић и на промоцијама у бојама производа



Производња је у малим серијама, а приликом паковања ангажује жене из села

– То је била борба са ветрењачама. Све сам радио пионирски. У Србији недостаје едуа-ција, нема информација, не можете да нађе-те технологе који би помогли и у тренуцима када имате дилему дали стручно мишљење.

Ипак, поносан је на оно што је од 2008. па до пре три године постигао на газдин-ству. Створио је мали научноистраживач-ки центар шитаки гљива.

– Успео сам да завршим читав циклус узгајања. Од компоста до услова за произ-водњу мицелије гљиве, што је јако озбиљ-но. То је најбитнији део производње, јер

свако зрно лешника прође кроз његове руке. За сировину користи мед из 100 породичних кошница, највише ливадски. Лешнике купује од домаћих произвођача из целе Србије. Дизајнирање теглица „Веверка“, при-знаје, било је јако стресно.

– Буквално је било питање дана – крећемо на први сајам а још немамо на-лепницу. Један дизајнер заузет, други на мору, трећи никада то није радио. Успели смо некако, сећа се са осмехом на лицу. За сада је задовољан пласманом, про-дајом меденог крема иако се не ради о ве-

ликим количинама. Ветар у леђа био је ула-зак у финале dm инкубатора па је ове го-дине регистровао фирму. До сада је све ра-дио у оквиру пољопривредног газдинства.

И послове око администрације завр-шава сам. Признаје да би волео у скоријој будућности да може да запосли неког ко ће се тиме бавити. За сада има само књи-говођу. Планава има још. Један је да меда-ни крем, настао уз минималну термичку обраду, стигне на полице радњи у земља-ма у окружењу и на тржиште ЕУ.

А. Мирковић

### Одрастање на селу

Са оцем и дедом, Мирко је од најра-нијег детињства стицао радне навике.

– Ми смо домаћинство које се бави свачим. Није то зато што тако желимо, већ да бисмо преживели. Ратарство, повртарство за личне потребе, држа-ли смо крупну и ситну стоку, пчеле... Све мора да се ради да би се опстало на селу.

Научио је да вози трактор са осам го-дина. У том узрасту је почео и да продаје на пијаци. Истовремено, попут свих де-чака, волео је да игра фудбал и био до-бар ђак у школи.

ако се подбаци у том сегменту нећете има-ти шта да продате.

Као пример наводи да у постојбини, у Азији, тачније Кини, шитаки гљиве имају од 250 до 260 дана идеалних климатских услова током године. У Србији је потреб-но све створити вештачки. На тржишту, иначе, расте тражња за овим производом због микотерапија, али се наш саговор-ник 2016. године окренуо меду.

Од тада је непрестано на терену. Осим за продају, главни је и за производњу. Каже да

### Донација НИС-а Дому здравља у Сопоту

Компанија НИС је, желећи да допринесе унапређењу квалите-та здравствених услуга за најмлађе у Србији, наставила са подршком здравственим установама донацијом Дому здравља у београдској општини Сопот. НИС је овој установи крајем октобра уручио модерни ултразвуч-ни апарат за дијагностику правил-ног развоја кукова беба, вредан више од три милиона динара, саопштила је компанија НИС. Набавку опреме НИС је подржао у оквиру програма друштвене одговорности „Заједници заједно“.

“НИС је и ове године издвојио 20 милиона динара за пет локалних са-моуправа у Београду: Сопот, Младеновац, Обреновац, Земун и Палилу-ла. За Сопот је значајно да се ради о апарату који ће моћи да дијагности-фикује проблеме код наше деце и да се то све уради овде у Сопоту”, рекао је Зоран Радојичић, градоначелник Београда.



НИС улаже у здравље најмлађих



Генерални директор НИС-а Ки-рил Тјурдењев је навео да је један од циљева НИС-а улагање у здравље најмлађих и нагласио да ће компанија и даље наставити да улаже у до-бробит заједнице.