

PODRAVKA

Broj 1995
Ožujak 2013., godina 51.
List dioničkog društva
"Podravka" Koprivnica



U srcu uskrasnih
zbivanja



dolceta

Slatka kolekcija proljeće/ljeto

Odaberite neodoljive Dolceta
okuse i pripremite svoj
omiljeni desert.



Podravka
Hrvatska

www.podravka.com



4 Rezultati poslovanja



5 Sjetite me se po lijepom



8 Konferencija tržišta



6 Uskrse akcije



14 Daljnje školovanje



28 Zagonetni dječak



29 Zapažen nastup na inGa sajmu

Dragi čitatelji, iza nas je mjesec pun zbivanja koja smo zabilježili u novom broju lista Podravka. Među ostalim, nismo zanemarili vaše komentare i želje, vezane uz izgled naših novina, u što se možete uvjeriti već na narednim stranicama. U želji da vam budemo zanimljiviji i sadržajno bogatiji i dalje smo otvoreni za sve vaše sugestije i komentare. Kao što vam je od ranije poznato, gotovo 300 zaposlenika odlučilo je napustiti kompaniju uz stimulativnu otpremninu čime je nastavljen proces reorganizacije. O toj temi razgovarali smo sa zaposlenikom Martinom Ljubićem, a o nizu drugih pitanja vezanih uz poslovanje kompanije te više o planovima kompanije na domaćem, ali i inozemnim tržištima, imali

smo priliku čuti na konferenciji na kojoj su predstavljena sva tržišta na kojima Podravka djeluje. Obilježile su je timske radionice gdje su Podravkaši iskazali svoj snažan sportski i natjecateljski duh. Niz poruka i planova za ovu godinu saznajemo od direktora tržišta, Uprave i Nadzornog odbora, koji je također predstavio i konsolidirane nerevidirane rezultate poslovanja za prethodnu godinu. Ukoliko to još niste učinili, pozivamo vas da posjetite nove stranice Upravljanja ljudskim potencijalima i svakako se uključite u projekt dijeljenja znanja. Bez lažne skromnosti, svjesni smo goleme količine znanja koju imaju Podravkaši, stručnjaci u pojedinim područjima. Stoga je ovo prilika svoje znanje prenijeti dalje, kako bismo

zajedno bili još uspješniji. Pozivamo vas i da posjetite prodajna mjesta i iskoristite povoljniju priliku kupnje naših proizvoda tijekom ožujka i na taj način pružite podršku Podravkašima koji su se i ovoga puta odazvali na uskršnju akciju i pokazali kako su spremni doprinijeti boljitku kompanije. U narednim brojevima novina nastaviti ćemo pratiti zbivanja na tržištima na kojima djelujemo, aktivnosti promotora kulinarstva i marketinških akcija, razgovora sa zaposlenicima, konferencija i skupova... pa vas pozivamo da se uključite u kreiranje novina i svojim informacijama, zamislama ili sudjelovanjem doprinesete još kvalitetnijem informiranju unutar kompanije.

(Uredništvo)



PRIVREMENI KONSOLIDIRANI NEREVIDIRANI REZULTAT GRUPE PODRAVKA ZA 2012. GODINU

Podravku očekuje godina puna izazova

Neto dobit Grupe Podravka bez jednokratnih stavki u 2012. godini iznosi 111,7 milijuna HRK, što predstavlja rast od 7 posto u usporedbi s neto dobiti 2011. godine prikazane na usporediv način

U Podravki su predstavljene privremeni konsolidirani nerevidirani rezultati Grupe Podravka za 2012. godinu.

Rezultat poslovanja Grupe Podravka u 2012. godini pod značajnim je utjecajem jednokratnih stavki koje u razini neto dobiti ukupno iznose 131,8 milijuna kuna, te se prvenstveno odnose na usklađenja vrijednosti materijalne i nematerijalne imovine te otpremnine u skladu s programom zbrinjavanja viška zaposlenika. Tržište jugoistočne Europe bilježi porast prodaje SPP-a Prehrana i pića od 2 posto s najvećim doprinosom tržišta Bosne i Hercegovine, Makedonije i Kosova. Povrh toga, tržište zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka bilježi rast prodaje od 3 posto, a najveći doprinos imaju tržišta Australije i SAD-a. SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 82,4 milijuna kuna, odnosno prodaja je porasla za 4 posto na godišnjoj razini. Navedeni porast generiran je temeljem više razine prodaje

inozemnih tržišta među kojima se najviše ističu Rusija te Bosna i Hercegovina.

- Unatoč trendu smanjenja potrošnje na većini značajnih tržišta na kojima smo prisutni, uspjeli smo cjenovnim pozicioniranjem i dodatnim aktivnostima ukupni nivo prodaje zadržati na razini 2011. godine. Uz to, započeli smo snažan proces restrukturiranja kompanije od kojeg očekujemo pozitivne efekte u narednom razdoblju. Nastavili smo s "čišćenjem" bilance što je dovelo do jednokratnih stavki koje su utjecale na smanjenje neto dobiti u promatranom razdoblju, ali time stvaramo dobre pretpostavke za kvalitetnije upravljanje poslovanjem u narednom razdoblju, istaknuo je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke.

Nadzorni odbor podržava smjer kojim je Podravka krenula

Prilikom predstavljanja usvojenih nerevidiranih rezultata poslovanja izvršnim direktorima, predsjednik Nadzornog

odbora Podravke Dubravko Štimac rekao je:

- Nadzorni odbor ima jedinstven stav kakva Podravka mora biti, a između ostalog, to je da trebamo poslovati bolje. Također, moramo nastaviti s restrukturiranjem kompanije, a proizvodi s niskim maržama neće ostati u portfelju. Stav je Nadzornog odbora da se u ovoj godini poslovni plan može izvršiti, a Uprava ima punu podršku da napravi ono što dioničari očekuju. Podržavamo smjer kojim je Podravka krenula i imamo dobru osnovu za ulazak u ovu godinu.

Članica Uprave Olivija Jakupić predstavila je trendove koji su obilježili poslovanje na tržištu Hrvatske i Jugoistočne Europe, dok se Jadranka Ivanković osvrnula na marketinška ulaganja:

- Tržište se mijenja i mi se moramo prilagoditi inoviranjem našeg asortimana i tako se približiti potrošačima. Pri tome će prioritete imati tržišta s najvećim potencijalom rasta, zaključila je.

Smanjenje zaliha i dugoročnog duga

Član Uprave Jorn Pedersen govorio je o rezultatima prodaje i marketinškim ulaganjima u 2012. godini na tržištima Centralne i Istočne Europe, a Miroslav Klepač pozitivnim je istaknuo značajno smanjenje zaliha i dugoročnog duga. Obraćajući se novinarima na konferenciji sazvanoj u povodu objave rezultata, predsjednik Uprave Zvonimir Mršić izjavio je kako je godina u koju smo zakoračili puna izazova:

- Izazov je da Podravka ponovo postane najbolja i isporuči rezultat koji očekuju dioničari. Želimo li biti uspješniji na tržištu, moramo biti uspješniji od konkurencije, a naša je strategija približiti se najboljima, rekao je.

Članovi Uprave Podravke predstavili su rezultate i predstavnicima Radničkog vijeća, osvrnuvši se uz ostalo i na glavna obilježja poslovanja u 2012., značajne promjene tijekom godine te poduzete mjere i aktivnosti.

VEGETA JE ZAUZELA ČVRSTU PRVU POZICIJU NA DOMAĆEM TRŽIŠTU

Hrvatski potrošači potvrdili - Vegeta najjači brand u Hrvatskoj

Kada su brandovi široke potrošnje u pitanju, upravo rezultati nezavisnog Brand Puls istraživanja predstavljaju svojevrsan "sud potrošača" jer se pomoću njega dobiva uvid u snagu branda, a proces pozicioniranja proizvoda se čini mjerljivim. Ovo priznanje je jasan pokazatelj vrhunske kvalitete proizvoda, kontinuiranih ulaganja u brand i tehnologiju, stalnih inovacija u asortimanu te kontinuiranih i kvalitetnih aktivnosti na tržištima regije.

- Drago nam je da je agencija Ipsos Puls u svoje istraživanje o snazi brandova u 2012. godini uvela i kategoriju začinske mješavine. Tako je Vegeta dobila priliku potvrditi se kao najjači brand u Hrvatskoj u kategoriji robe široke potrošnje što se u skladu s našim očekivanjima i dogodilo. Svi u kompaniji nastaviti ćemo raditi na tome da Vegetu zadržimo na poziciji branda broj 1 u Hrvatskoj i u godinama koje dolaze, rekao je marketing manager Hrvoje Mikulčić.

Dokazana snaga branda

Istraživanje koje je provela agencija Ipsos Puls na 4 tisuće ispitanika diljem Hrvatske podijeljeno je u više od 60 kategorija. Snaga branda pokazuje koliko je dobro brand definiran, prepoznaju li ga dobro nje-

govi potrošači i koriste li ga. Tako je Vegeta, kao neprikosnoveni lider na tržištu Hrvatske, iza sebe ostavila brojne domaće brandove, ali i globalne divove kao što su Coca Cola, Milka, Nivea i mnogi drugi.

- Ovo je izuzetno veliko priznanje jer znamo da ono dolazi od strane samih potrošača koji su pokazali kako je upravo Vegeta brand kojem najviše vjeruju, kojeg najviše prepoznaju, kojeg najviše koriste, naglasila je Marinka Akrap, direktorica Korporativnih i marketinških komunikacija Podravke.

Podsjetimo, osim ovog važnog priznanja kojim je Vegeta zauzela čvrstu prvu poziciju na domaćem tržištu, Vegeta je krajem prošle godine na eminentnoj Valiconovoj ljestvici snage brandova u regiji rangirana i kao najjači domaći brand za područje koje broji preko 22 milijuna stanovnika, a koje obuhvaća Hrvatsku, Sloveniju, Srbiju, Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Makedoniju i Kosovo.

(P)

U žestokoj konkurenciji od tisuću brandova široke potrošnje, hrvatski potrošači su kao svoj najomiljeniji brand odabrali upravo Vegetu, pokazalo je istraživanje agencije Ipsos Puls. Time je još jednom dokazano kako Vegeta spada u samu elitu domaćih, ali i svjetskih brandova.



Sjetite me se po lijepom

Radno jutro u Podravki započelo prisjećanjem na veliko srce profesorice Bartl

Sjetite me se po lijepom, riječi su profesorice Zlate Bartl, čiji su se rođendana u srijedu 20. veljače prisjetili radnici Podravke.

Podravkaši koji su je znali i cijenili njezinu iznimnu osobnost, autoritet i kreativnost, prisjetili su se druženja s profesoricom te prenijeli njezina razmišljanja, savjete i riječi onima koji nisu imali priliku osobno je upoznati.

- Ova skromna i jednostavna žena kojoj dugujemo sadašnjost, ali i budućnost Podravke, nije imala puno želja. Jedna od njih bila je da je se sjetimo u lijepim trenucima, kao što je primjerice datum njenog rođenja. Stoga smo radno jutro započeli s prisjećanjem na djelo, nesebičnost i veliko srce profesorice Bartl koja je do kraja svog života disala za Podravku i Koprivnicu čije je bila počasna građanka - istaknuto je na okupljanju u Podravkinjoj spomen sobi koja nosi ime profesorice Zlate Bartl.

Ističući izniman doprinos profesorice Zlate Bartl razvoju kompanije, Podravkaši su se zajednički prisjetili i njezine vječite znatiželje, vizionarstva i poticanja na stalno usavršavanje i učenje.

Predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić, u ime svih Podravkaša, položio je cvijeće na njezino počivalište na Gradskom groblju u Koprivnici. (P)



USKRS 2013.

Podravkaši na uskrsnim aktivnostima

Podravkaši u uskrsnim aktivnostima doprinose boljim prodajnim rezultatima

Tijekom ožujka traje akcija "Uskrсне aktivnosti 2013." koja uključuje sudjelovanje Podravkinih zaposlenika iz raznih sektora u aktivnostima na terenu u Regiji sjeverozapadna Hrvatska i Regiji središnja Hrvatska.

Dosadašnje su se slične aktivnosti u protekloj godini pokazale iznimno uspješnim u ostvarenju ciljeva i pomoći u radu na terenu zajedno sa prodajnom operativom pa se jednak uspjeh očekuje i ovoga puta. U organizaciju su uključeni Tržište RH, Ljudski potencijali i Korporativno-marketingne komunikacije i suradnja je na

vrlo visokoj razini. U aktivnostima sudjeluju zaposlenici Podravke d.d. i Danice d.o.o. koji su se dobrovoljno javili za poslove prodaje uz prim i punjenja polica. Tijekom cijelog razdoblja akcije radno vrijeme bit će definirano ovisno o potrebama prodaje, a evidentirat će se kao osam radnih sati. Za rad vikendom predviđen je slobodan dan, a prijevoz zaposlenika na aktivnosti je organiziran. Zalažući se na ovaj način, Podravkaši svojim radom doprinose zajedničkim boljim prodajnim rezultatima i sinergiji između svih sektora.

Bitna je kvalitetna priprema

Kako bi profesionalno odradili svoj posao za zaposlenike su Tržište RH i Korporativno-marketingne komunikacije organizirali edukacije na temu prodaje uz prim i placiranja proizvoda. Zaposlenici će prije nego se upute na rad na terenu naučiti kako kvalitetno pripremiti i odraditi akciju prodaje uz prim, koji su proizvodi i primovi predviđeni za ovu akciju, na koji način pristupiti potrošaču i kako upravo naš proizvod odabrati prilikom odluke o kupnji. Isto tako, naučit će kako proizvod pravilno izložiti na polici, kako ga učiniti dostupnim potrošačima, koliko je važno istaknuti cijenu, pratiti rokove i osigurati dovoljnu količinu proizvoda na polici.

Njih sedamdesetak okupilo se na prvoj edukaciji, a dojmove s edukacije i prodaje na terenu, nam donosi Anita Pintarić iz Istraživanja i razvoja:

- Nekoliko sam puta sudjelovala u akcijama prodaje uz prim i punjenja polica, a zbog svojeg pozitivnog iskustva, javila sam se i ove godine i jedva čekam da se ponovo uključim. Rad na prodajnom mjestu drugačiji je od mog posla i smatram ga novim iskustvom, ali i izazovom. Jako sam zadovoljna organizacijom, jer smo prije odlaska na teren na edukaciji upoznati s načinom rada, a kasnije nas je na licu mjesta trgovački putnik detaljnije uputio u sve "male tajne". Najviše me oduševio pozitivan pristup potrošača spram naših proizvoda. Neki od njih više su se puta vraćali kako bi uz kupnju dobili poklon uz kupljeni proizvod u akciji pa smatram da je nagrada za kupnju veliki pogodak.

Timskim radom do cilja

U akcijama, osim "starih" Podravkaša sudjeluju i pripravnici kojima je upoznavanje rada na terenu dio općeg pripravnčkog programa. Potrošač je u fokusu svih naših aktivnosti i iz tog razloga je vrlo bitno da od samog početka osvijestimo važnost kvalitetnog rada na prodajnom mjestu kod svih pripravnika bez obzira u kojem sektoru rade.



Potrošač je u fokusu naših aktivnosti

Radimo s dušom



Igor Groza, direktor regije:

- Pripreme za ovu akciju započeli smo odmah po završetku božićnih aktivnosti. Uključena je kompletna prodajna operativa, odnosno retail i gastro, koja čini ukupno 32 ljudi. Tijekom vikenda obavljena su placiranja, a potom su se akcijama pridružili zaposlenici Podravke iz Koprivnice. S obzirom na izuzetno dobra iskustva od prošle godine, praktički smo se već uhodali kao timovi i početak uskršnje akcije je besprijekoran.

Cijelom projektu prethodila je reorganizacija rada na terenu, formirali su se timovi Zagreb Istok, Jug i Zapad, Sisak i Karlovac s time da se vrlo ozbiljno računalo na pomoć Podravkaša iz Koprivnice koji dolaze kao važna ispomoć.



Mario Šarlija, voditelj retail prodaje za regiju:

- Budući da je ovo već treća u nizu sličnih akcija, naglasio bih samo pozitivna iskustva, što dokazuju u konačnici i pozitivni prodajni rezultati. Radimo na način da zaposlenicima iz regije pridružujemo zaposlenike iz Koprivnice s ciljem da se poslovi što efikasnije i bolje obavljaju. Ono što bih posebno izdvojio kao najpohvalniji dio ovakvog pristupa je da na terenu u žiži zbivanja nema nikakve podjele na zaposlenike iz

prodaje i volontere iz Koprivnice. Svi smo mi Podravkaši na istom zadatku.

Prve su akcije održane u Billi u Zagrebu, gdje su naši Podravkaši naišli na pozitivan prijem Bilinih zaposlenika. Svi su na vrijeme upoznati s planiranim aktivnostima i stoga su i omogućeni uvjeti za dobro planiran i kvalitetan rad, jer smo prihvaćeni kao dobra ispomoć u zajedničkom cilju rasta prodaje.



Alen Novak, trgovački predstavnik:

- Odlična je ideja da se Podravkaši uključuju u ovakve akcije, a posebno me raduje što potrošači pozitivno reagiraju na to. U to sam se uvjerio u razgovoru s gospodom koja nas je došla pohvaliti komentirajući kako je izvrsno da promociju proizvoda rade zaposlenici, jer to rade s dušom i nije im cilj uzeti novac potrošača, nego pomoći u izboru i ispričati priču o proizvodu.

Izjave potrošača

Ivanka Petrušanec, potrošačica:

- Jako sam zadovoljna mogućnošću kupnje u kojoj još dobijem i nagradu. Moram priznati da mi se takva akcija jako sviđa i smatram da bi bilo još bolje kada bi kupci kroz neki vid oglašavanja unaprijed bili obaviješteni o vremenu i mjestu održavanja promotivnih prodaja. Još kad bi se moglo više proizvoda

kombinirati... komentira Ivanka i posebno hvali sretljivost Podravkaša.

Zlata Dominis, potrošačica:

- Za sebe mogu reći da sam vjeran potrošač Podravkinih proizvoda. Tu bih posebno istaknula Vegetu, jer sam jedna od onih koji ne znaju skuhati ručak bez tog začina. U posljednje sam vrije-

me svoju osobnu paletu Vegetinih proizvoda koje koristim u kuhinji, proširila s Vegeta Twistevima. Uskršnja akcija odlična je ideja i jako sam zadovoljna poklonima uz kupnju. Podravkaši su ponovo iskazali svoju pristupačnost i otvorenost da kroz razgovor educiraju potrošače, olakšavaju nam izbor i kupnju učine ugodnom.

Ovim aktivnostima iskazana je sinergija između sektora i time je ojačana timska aktivnost zaposlenika iz raznih organizacijskih odjela, što doprinosi razvoju pozitivnog

timskog duha, bolje komunikacije i međuljudskih odnosa. Osim toga, zaposlenici će uz međusobnu suradnju te kroz izravnu komunikaciju s potrošačima usvojiti nova

iskustva, što će u konačnici rezultirati povećanjem prodaje ili novim idejama koje će razvijati kad se vrate na svoja radna mjesta.

(Uredništvo)

Radnicima dar u naravi u iznosu 400,00 kuna

U povodu Uskrsa Uprava Podravke u skladu je s Kolektivnim ugovorom donijela Odluku o jednokratnom dodatku na plaću u visini od 400,00 kuna u naravi, odnosno dva bona od po 200,00 kuna.

Pravo na uskršnicu ostvaruju radnici u radnom odnosu na dan 1.3.2013. godine Grupe Podravka, osim radnika s posebnim ugovorima i radnika upućenih na rad u inozemstvo, a moći će se realizirati u razdoblju od 16.3.2013. do 30.4.2013.

Radnici će dar u naravi moći realizirati u prodavaonicama Podravke d.d.:

Diskont 1, A. Starčevića 32, Koprivnica, pon - pet, 7 - 20 sati, sub 7 - 13 sati

Diskont 3 Kifla, Trg slobode 3, Koprivnica, pon - pet, 7 - 20 sati, sub 7 - 13 sati

Maloprodaja Zagreb, Radnička cesta 224, pon - pet sati, 6.30 - 14 sati

Umjetnička radionica, dvorište Muzeja prehrane, Koprivnica, pon - pet, 8-16 sati

Prodavaonica br. 1 u sklopu tvornice Kalnik, Varaždin, Biškupečka 60, pon - pet 7.30 - 15.30 sati

Danica d.o.o.:

Diskont I - na Danici, Koprivnica, Đelekovečka c. 21., pon - pet, 8 - 16 sati

Diskont II (NON STOP) Đ. Estera 1, pon - pet, 7 - 19 sati, sub 7 - 13 sati

Diskont III (Kaufland), Koprivnica, pon - sub, 7 - 21 sati, nedjelja 7 - 14 sati

Radnici u općinama rada izvan Koprivnice svoje uskršnje bonove mogu zamijeniti za paket Podravkinih proizvoda u iznosu od 400,00 kuna, a u ponudi je i još šest paketa Podravkine mesne industrije Danica.

KORPORATIVNA KONFERENCIJA PODRAVKE

Predstavljena petogodišnja Strategija razvoja i Plan poslovanja za 2013. godinu

Dvodnevna Korporativna konferencija održana u Podravki, okupila je izvršne direktore i direktore tržišta Podravke i Belupa iz 20-ak zemalja u kojima Grupa Podravka ima svoja poduzeća i predstavništva. Cilj joj je informiranje i komuniciranje strategije kompanije te poslovnog plana za 2013. godinu, a organizirana je kroz predavanja, grupne radionice i prezentacije

U svojem je uvodnom obraćanju predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić istaknuo kako su se unazad godinu dana dogodile velike promjene:

- Uprava je uvidjela kako je

proteklo dovoljno vremena da se usuglasimo oko puta kojim ćemo ići i kako najbrže i najefikasnije doći do zadatog cilja. Imamo odgovornost i priliku donijeti novu vrijednost u kompaniju i na

nama je da ispunimo taj cilj, a on nije samo zadovoljiti dioničare, nego prvenstveno kompaniju, što automatski utječe na zadovoljstvo svih. Uvjeren sam kako imamo priliku za napredak, jer s po-

stojeće pozicije možemo doći do pozicija najboljih. Ova je konferencija važna jer su se obje divizije, prehrana i pića i farmacija, okupile na jednom mjestu. Jedino mi, zajedničkim snagama možemo učiniti



Podravku uspješnijom, rekao je predsjednik Mršić.

Član Nadzornog odbora Podravke i predsjednik Uprave Allianz ZB društva za upravljanje obveznim mirovinskim fondom Dinko Novoselec u prezentaciji "Što vlasnici očekuju od naše kompanije" osvrnuo se na planove u ovoj godini:

- Obavezni mirovinski fondovi u Podravki su prisutni više od deset godina i trenutno imamo 33 posto vlasništva. Podravka nažalost do sada nije bila konzistentna u ispunjavanju poslovnih planova i vlasničkih očekivanja i stoga je Nadzorni odbor složan i odlučan da se poslovni i strateški plan za 2013. godinu u potpunosti provedu. U budućnosti ovu kompaniju vidimo kao profitabilnu, upravljački efikasnu i tržišno stabilnu. Da bismo to ostvarili, moramo ispuniti strateške planove koji se temelje na restrukturiranju

i rastu. Pred nama su brojni izazovi i rizici, no imamo vrijednosti koje drugi nemaju, a to su odlični proizvodi i ljudi koji su ih osmislili, dobra bilanca te kvalitetna uprava i menadžment. Vrijeme je da pokažemo da možemo biti bolji od konkurencije.

Cilj nam je veća i snažnija Podravka

Po završetku uvodnog dijela član Uprave Podravke Miroslav Klepač naveo je i svoje razmišljanje o petogodišnjem planu:

- Nadzornom odboru dali smo čvrsto obećanje da će ovoga puta biti drugačije. Obećali smo da će prihod Grupe Podravka biti veći za 25 posto, a marža i neto dobit za 50 posto. Ključne u ispunjavanju tog obećanja bit će akvizicije. Ovo je dugoročan plan koji možda ne započinje danas, ali zasigurno već u ponedjeljak. Moramo skrenuti

pogled s problema kako ne bismo iz vida ispustili naš cilj, a to je veća i snažnija Podravka. Mario Baburić, direktor sektora Kontroling i Razvoja poslovanja istaknuo je kako će Podravka inzistirati na provođenju plana i strategije za 2013. godinu. Osvrnuo se na potencijalni prostor za rast kompanije i moguće uštede te naglasio da postoji značajan prostor za efikasnije poslovanje, što bi u ovoj godini trebalo rezultirati rastom Grupe Podravka.

Rezultati ispitivanja organizacijske klime i zadovoljstva poslom

Direktorica upravljanja ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić-Dujnić govorila je o rezultatima ispitivanja organizacijske klime i zadovoljstva poslom s naglaskom na promjenu fokusa s trenutnog stanja klime i kulture u kompaniji na željno buduće stanje, kroz usvajanje osnovnih prioriteta koji će odvesti do željenog cilja te definiranje vrijednosti na kojima će se graditi klima i kultura kompanije. Najavljen je i tim koji će aktivno raditi na razvoju i unapređenju klime unutar kompanije, a predstavnici tima su: Jasenka Maltarić Dujnić (Upravljanje ljudskim potencijalima), Marinka Akrap (Korporativne i marketinške komunikacije), Vedran Kelek (PP Hrana), Željka Barić (Tržište JiE), Branimir Perković (Tvornica Dječje hrane), Go-

ran Pezelj (Logistika), Lenkica Penava (Istraživanje i razvoj), Sanja Garaj Miloš (PP Pića), Ksenija Vrhovski (Danica d.o.o., Prodaja).

- Ovo istraživanje je temelj i polazište bavljenja kulturom u kompaniji. Motiv je zadovoljstvo poslom i klimom izravno utječe na uspješnost i aktivno želimo mijenjati klimu u kompaniji. Svrha je utvrditi što radnici misle o trenutačno organizacijskoj klimi i zadovoljstvu poslom te prijedlog plana aktivnosti za unapređenje klime u kompaniji. Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti da Podravka trenutno ima organizacijsku klimu i zadovoljstvo zaposlenih koje je potrebno unapređivati te postoje velika područja na kojima možemo, želimo i trebamo raditi; rekla je Jasenka Maltarić-Dujnić, dodavši kako je pohvalna činjenica da su Podravkaši pokazali izuzetno visoku razinu ponosa što su dio kompanije.

Podravkaši ponosni što su dio kompanije

- Podravkaši su iskazali svoju lojalnost i vjeruju da je naša kompanija stabilna, ima reputaciju i jedna je od najuspješnijih. S druge je strane opet u istraživanju koje je provela vanjska agencija na uzorku od 10 posto uočena je neravnoteža ovlasti i odgovornosti. Također, postoji vjerovanje da se menadžment nedovoljno uključuje zaposlenike u donošenje te da nije zainte-



Zajedničkim snagama Podravku možemo učiniti većom i uspješnijom

NAŠA MISIJA:

Nudimo inovativno kulinarsko iskustvo i zdrava životna rješenja za Vas.

NAŠA VIZIJA:

Posvećeni smo poboljšanju svakodnevne kvalitete života naših potrošača, kupaca i zaposlenika putem inovativnosti i internacionaliziranosti.



Timski rad

resiran za njihovo mišljenje. Zaposlenici su izrazili želju za investiranjem u nove tehnologije, opremu te razvoj novih proizvoda i brandova. Među prijedlozima menadžmentu našli su se povećanje plaća, pokazivanje više poštovanja prema radnicima, umanjeње nepotizma, nagrađivanje vrijednih zaposlenika i sankcioniranje neradnika te povećanje prodaje.

Ojačan timski duh

Prvog dana konferencije sudionici su se iskazali kao timski igrači u grupnim radionicama s ciljem povezivanja i jačanja komunikacije i međusobne sinergije. Timski zadaci osmišljeni su od strane Upravljanja ljudskim potencijalima na način da povezuju misiju i viziju sa strategijom kompanije te

potiču usvajanje i definiranje potencijalnih novih vrijednosti kompanije.

U prvom bloku radionice zadatak grupa bio je raditi na temama, koje su se prema iskustvima ostalih kompanija u Hrvatskoj, ali i globalno, istaknule kao ključni preduvjeti za osiguravanje uspješne implementacije strategije. Sukladno temama, sudionici konferencije bili su podijeljeni u pet grupa od kojih je svaka imala zadatak razraditi jedan od ključnih preduvjeta, povezujući ih istovremeno s postojećom situacijom u kompaniji i definiranim strateškim ciljevima. Teme koje su timovi obrađivali bile su: "Postavljanje prioriteta za ostvarenje ciljeva", "Postavljanje operativnih ciljeva izvedenih iz strateških ciljeva", "Komuniciranje i usva-

janje strategije od strane svih zaposlenika", "Sklad između kulture i strategije kompanije" te "Definiranje ključnih odgovornosti i transparentne komunikacije". Kako bi se pojačao timski duh, sudionici su u sportskim, natjecateljskim majicama predstavljali pripadnost pojedinom timu. U drugom bloku radionice o željenim vrijednostima kompanije, sudionici su zajedno s Upravom definirali vrijednosti kompanije te se usuglasili oko sljedećih vrijednosti: POVJERENJE, STRAST, ZA-

iskreno i otvoreno. Također je predstavio program stimulativnog nagrađivanja u čijem su odboru Jasenka Maltrić-Dujmić, Jorn Pedersen i Hrvoje Kolarić.

- Rezultate ćemo nagrađivati, a u ožujku će biti predstavljeni ključni pokazatelji prema kojima će svako moći procijeniti i izračunati svoj bonus uzevši u obzir financijske ciljeve grupe, financijske ciljeve kompanije i individualne ciljeve, rekao je predsjednik predstavivši način mjerenja učinka i postignuća.

Zvonimir Mršić

Vjerujemo u sebe, imajmo samopouzdanja da možemo napraviti ono što se od nas očekuje. Cilj u ovoj godini je isporučiti ono što smo obećali i nema razloga zašto u tome ne bismo uspjeli, treba samo reći - mi to možemo, jer to je preduvjet da bismo uspjeli. Uvjeren sam da možemo svi biti efikasniji i bolji, a kroz nekoliko godina na sasvim novoj razini. Ovo je početak velikog posla i rada, u kojem sve ovisi o nama, a ja sam uvjeren da mi to možemo.

DOVOLJSTVO POTROŠAČA, INOVATIVNOST/KREATIVNOST, IZVRSNOST I PREDANOST u postizanju rezultata. Navedene vrijednosti proizašle su iz strategije kompanije te su usklađene s definiranim vizijom i misijom, koje su također dio strategije kompanije.

Predsjednik Mršić zahvalio je na interakciji, prijedlozima i mišljenjima koja su iznijeli

Predanošću do rezultata

Konferencija je drugoga dana započela uvodnim riječima članica Uprave Podravke. Olivija Jakupec istaknula je kako se u

Vrijednosti kompanije



**POVJERENJE, STRAST, ZADOVOLJSTVO POTROŠAČA,
INOVATIVNOST/KREATIVNOST
IZVRSNOST I PREDANOST U POSTIZANJU REZULTATA**

ovoj godini očekuje maksimalna predanost kako bi se došlo do planiranih rezultata, dok je Jadranka Ivanković najavila predstavnike timova koji će doprinijeti u ostvarenju zadanih rezultata i ciljeva. U nastavku su Gordana Periškić, Marina Akrap i Jasmina Ranilović predstavile sektore Marketing, Korporativne i marketinške komunikacije te Istraživanje i razvoj. Od direktora marketinga pojedinih kategorija doznali smo koji nas noviteti očekuju u ovoj godini, kao i način na koji će komunicirati prema potrošačima.

U nastavku su predstavnici pojedinih tržišta na kojima Podravka djeluje predstavili svoje poslovanje, a radni dio konferencije završio je obraćanjem predsjednika Uprave Podravke Zvonimira Mršića:

- Vidjeli smo ogromno bogatstvo u Podravki, jer prisutni smo na puno tržišta, koja su geografski udaljena i različito razvijena. U ovoj se dvorani skupila velika količina informacija, iskustva i znanja, a ona je još veća u cjelokupnoj kompaniji. Nitko nas ne sprečava da to koristimo, kako bismo uspjeli na svim područjima na kojima želimo uspjeti.

Na kraju konferencije zaključeno je kako bi interaktivna razmjena informacija trebala biti konstanta u budućem poslovanju, a čuli smo i neke od dojmova sudionika.

Budući da su na konferenciji sudjelovali i gosti predavači, na temu "Liberating Leadership" govorio je Mike George. Riječ je o najprodavanijem autoru i međunarodnom govorniku, autoritetu s područja poučavanja o razvoju menadžmenta, koji je kroz nove uvide, mudrost i humor prenio svoja znanja iz ključnih područja za 21. stoljeće: leadership, osobni razvoj te emotivna i duhovna inteligencija. U svojem je predavanju približio razmišljanja o uspješnom liderstvu te razlikama između menadžera i lidera.

(P)



Rajko Gospodnetić,
direktor Podravke
Skopje

- Stvarno je bilo zadovoljstvo prisustvovati i sudjelovati u ovakvom događaju te dati svoj mali doprinos našem zajedničkom cilju. Dobili smo pregršt informacija, ideja, usmjerenja kao i globalnu viziju za našu Podravku oko dostizanja postavljenih ciljeva. Ono što slijedi je da sve to prenesemo svojim suradnicima te postignemo visoku razinu motivacije (i strasti) kako bi se postavljeno i realiziralo.



Tihomir Dobrić,
direktor korporativne
administracije

- Zahvalan sam na informacijama i atmosferi koju smo dijelili u dva dana konferencije. Nadam se da imamo dovoljno znanja i motivacije da to prenesemo na sve ostale Podravkaše, a taj će nam posao znatno olakšati pripremljeni materijali.

PODRAVKA JE NEZAIBILAN SUBJEKT HRVATSKOG
GOSPODARSTVA

Polaznici najviše vojnoobrazovne institucije posjetili Podravku

U okviru redovnog plana i programa izobrazbe, polaznici XV naraštaja Ratne škole Ban Josip Jelačić posjetili su Podravku. Riječ je o najvišoj vojnoobrazovnoj instituciji u zemlji, koju trenutno polazi petnaestak časnika, uključujući časnike iz BiH, Makedonije i Crne Gore. Oni će po završetku školovanja zauzimati vodeće dužnosti u sustavu obrane, a tijekom trajanja školovanja savladavaju predmete iz različitih područja, rekao je brigadir Antun Čičak:

- Za stratešku razinu vođenja i upravljanja Republikom Hrvatskom, među bitnim je upoznati gospodarstvo s aspekta razvoja, ekonomije i prosperiteta. Podravka je nezaobilazan subjekt hrvatskog gospodarstva, stoga nam je čast ponovo biti u kompaniji u kojoj naši polaznici mogu dobiti više informacija o proizvodnji gospodarstvu, rekao je.

Njihovi domaćini bili su član Uprave Podravke Miroslav Klepač te voditelj prodaje industrijskim i institucionalnim kupcima Božo Sušilović. - Drago mi je da vas mogu pozdraviti u našoj kompaniji budući da Podravka ima dugogodišnju uspješnu surad-

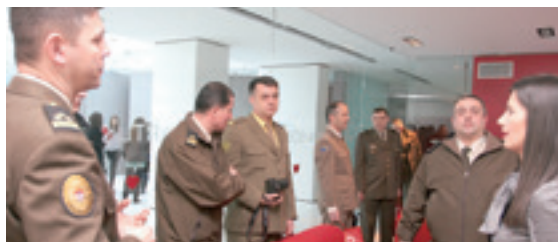
nju s MORH-om, koju ćemo vjerujem nastaviti i u budućnosti. Preduvjet koji za to ispunjavamo je visoka kvaliteta naših proizvoda, o čemu svjedoče dobiveni certifikati i priznanja, rekao je Miroslav Klepač u uvodnom dijelu.

Nakon što su upoznati s poslovanjem naše kompanije i asortimanom proizvoda, direktorica Službe nutricionizma i senzorika Davorka Gajari predstavila im je individualne borbene obroke za potrebe Ministarstva obrane RH.

Podsjetila je pri tome na početak suradnje Podravke i MORH-a iz 2004. godine, koja je započela inoviranjem tadašnjih CSO paketa i razvojem sustava njihove vanjske zaštite. Suradnja je nastavljena na obostrano zadovoljstvo razvojem konačnog oblika individualnih borbenih obroka (IBO), koji vojniku osiguravaju hranjive sastojke za cijeli dan.

Trenutno je u ponudi sedam paketa, čija je trajnost dvije godine, a čine ih većinom Podravkini proizvodi specijalno razvijeni za ovu namjenu. Paketi odgovaraju NATO standardima i zadovoljavaju sve norme vojne prehrane.

(I.L.)



EDUKACIJE ZA MENTORE I PRIPRAVNIKE

Most koji spaja generacije

Tijekom veljače održan je Edukacijski program za mentore i pripravnike. Prema riječima direktorice upravljanja Ljudskim potencijalima Jasenke Maltarić-Dujnić u našem pripravničkom programu SHAPE izuzetno je važna uloga mentora.

- Zbog toga činimo sve kako bismo što bolje pripremili naše mentore za tu odgovornost. Mentor koji prati i usmjerava profesionalni razvoj od samog početka ulaska u svijet rada neophodan je kako bi pružio stručnu podršku razvoju i napredovanju naših pripravnika. Cilj nam je pružiti i kroz radionice podršku mentorima kako bi što uspješnije poticali razvoj pripravnika, savjetovali ih, omogućili im učenje i stjecanje poslovne ekspertize.

Nakon modula "Uvoda u mentorstvo" i "Karakteristike Y generacije i mentorstvo", mentori su prisustvovali posljednjem modulu u okviru svoje edukacije na temu "Napredne tehnike mentoriranja".

Treneri Emira Škalić i Mario Grlić iz tvrtke za razvoj poslovnih potencijala Edikon u cjelodnevnoj radionici mentorima su približili karakteristike generacije Y, kako bi pridonijeli uspješnijoj komunikaciji s pripravnicima:

- Do sada smo u suradnji s Podravkinim sektorom Upravljanje ljudskim potencijalima organizirali niz radionica sličnog tipa, budući da naša suradnja traje već sedam godina. Najčešće su to bile radionice namijenjene prodajnim timovima, a ovo je prvi puta da se u Podravki susrećemo i s mentorima i pripravnicima. Moram napomenuti da je izvrsna suradnja i da je iznimno ugodno raditi s ljudima koji su motivirani, željni znanja i pristupaju maksimalno pozitivno ovoj edukaciji. Cjeloživotno učenje kontinuirani je pro-



Mario Grlić, trener



ces, a dugogodišnja suradnja s Podravkom, koja je među prvima prepoznala vrijednost ovakve edukacije dala je pozitivne rezultate, rekla je Emira, a Mario dodaje kako su polaznici entuzijastični, otvoreni i iznimno dobro prihvaćaju ovakav način educiranja:

- Nastojimo iste teme predstaviti iz dva različita gledišta kroz odnos mentora i pripravnika. Međugeneracijsko komuniciranje zanimljiva je tema kroz koju nastojimo osvijestiti različitosti kako bi izgradili most među generacijama i približiti međusobna očekivanja. To je bitno jer budućnost poslovanja zahtijeva da poslovni procesi budu usklađeni kako bi se na minimum svela mogućnost pogrešaka. Edukacije i treninzi koje provodimo interaktivni su i obogaćeni vježbama i primjerima iz prakse.

(Ines Lukač)

Y generacija
Bilo da smo uključeni u edukaciju mladih ili da smo u ulozi vođe, kvaliteta ishoda ovisi o našem razumijevanju njih. Jednom kada imamo osnovnu sliku njihovih karakteristika, načina komuniciranja i socijalnih stavova, bit ćemo dobro opremljeni da učinkovito utječemo na ovu veliku i nadolazeću generaciju.



Edukacije su obogaćene treninzima i vježbama

**Goran Čisar, samostalni
financijski referent**

- Drago mi je da je osim za pripravnike organizirana edukacija i za nas mentore. Do sada su održane tri zanimljive radionice, s kojima sam jako zadovoljan. Teme su bile zanimljive, a predavači izvrsni, sa puno interakcije. Znanja i iskustva stečena na ovim radionicama pomoći će nam da razvijemo bolji odnos sa svojim pripravnici-
ma te im što efikasnije prenesemo svoje znanje i iskustvo, a sve s ciljem njihovog osposobljavanja za samostalan rad.



**Krešimir Hanžek, direktor
proizvodnje konzervi:**

- Osobno sam sudjelovao u izboru pripravnika i tijekom ovih par mjeseci uvjerio sam se da je moj izbor bio ispravan. Što se tiče radionice za mentore, smatram da pomaže u komunikaciji s pripadnicima drugih generacija, ali istovremeno nas navodi da se stavimo u poziciju tih mladih ljudi i sagledamo stvari iz njihove perspektive. Meni kao mentoru pomaže u razumijevanju i lakšem odlučivanju prilikom davanja radnih zadataka, tako da mogu procijeniti i što očekivati od pripravnika.



**Jadranka Tolić, poslovno-
informatički konzultant II**

- Edukacija je korisna iz više razloga. Mentori su usvojili znanja poput razvijanja mentorskih vještina, prenošenja znanja, aktivnog slušanja, kvalitetnog odnosa i suradnje s pripravnikom, izgradnje odnosa povjerenja i mnogih drugih vještina bitnih u svakodnevnoj komunikaciji. Pripravnici opet u okviru edukacije, uz upoznavanje niza procesa unutar kompanije, međusobno se druže i bolje upoznaju što je dobar predvjet da i u budućem poslovanju ostanu u kontaktu.



**Vedran Kelek, direktor
marketinga dječje hrane,
žitarica i kremnih namaza**

- Mentorstvo nije samo poslovna obaveza, već i odgovorna uloga, jer zadatak nam je pripremiti pripravnike kako bi na najbolji način samostalno mogli odrađivati povjerene poslove. Edukacija pomaže u unapređenju komunikacije između mentora i pripravnika, budući da i jedni i drugi na radionicama učimo kako razumjeti pripadnike drugih generacija, gledajući na iste situacije iz različitih perspektiva. U svakom slučaju, sve do sada naučeno smatram iznimno pozitivnim.





NOVI PROJEKT UPRAVLJANJA LJUDSKIM POTENCIJALIMA

Prijenos znanja

Cilj je stvoriti klimu u kojoj je svaki djelatnik sposoban učiti

Što više dajete - više ćete i dobiti, misao je koja je navela sektor Upravljanje ljudskim potencijalima na provedbu pilot projekta pod nazivom Prijenos znanja. Cilj ovog internog procesa je prepoznavanje, spremanje i dijeljenje postojećeg znanja kako bi se što bolje iskoristila znanja i vještine unutar kompanije. Nužnim se pokazala sustavna briga za dijeljenje, sakupljanje i pohranu internog znanja, jer razvijanjem kulture dijeljenja znanja jačaju se i vlastite vrijednosti.

Poziv za međusektorskom razmjenom znanja čini tek prvi dio aktivnosti pilot projekta koji uključuje niz aktivnosti u vezi s ispitivanjem spremnosti i stvaranjem povoljne klime za ozbiljnije upravljanje korporativnim znanjem. Tako će se u sklopu projekta provoditi različita istraživanja, a u Upravljanju ljudskim poten-

cijalima najavljuju sredinom godine i male "trgove znanja" u sklopu svojih intranet stranica koji će, zajedno sa novom bazom znanja, predstavljati mjesto ponude i potražnje znanja na intranetu. "Ponude" su dostupne zainteresiranima koji će moći poslati zahtjev za potrebnim znanjem kako bi se povezali s nekim tko to znanje ima.

Svaki je zaposlenik sposoban učiti

Sposobnost dijeljenja znanja poželjna je kompetencija, a učenje na iskustvu drugih može pomoći da se ne ponove iste greške. Dokazano je da razvojem kulture dijeljenja znanja kompanije bitno smanjuju gubitak intelektualnog kapitala i znatno povećavaju postotak iskoristivosti postojećeg znanja u kompaniji. Tako stvaraju zdravu podlogu za razvoj inovativnosti i brže

odgovore na poslovne zahtjeve.

Ovim projektom Upravljanje ljudskim potencijalima želi zaposlenicima osigurati mogućnost raspolaganja svim neophodnim znanjem za bolji poslovni razvitak kako bi se prepoznalo postojeće znanje u kompaniji i optimalno se iskoristilo. Stoga je cilj osigurati klimu u kojoj je organizacija, što znači, svaki njezin djelatnik, sposoban učiti.

U Upravljanju ljudskim potencijalima predviđeli su različite načine i modele dijeljenja znanja. Neki od njih su radionice, otvorena predavanja, prezentacije dobre prakse, naučene lekcije, okrugli stolovi/debate, predstavljanje diplomskih, magistarskih radova i disertacija, materijali za bazu znanja... Zainteresirani mogu sudjelovati kod izrade e-tečaja kao stručnjaci za sadržaj, uz mogućnost edukaci-

je iz područja instruktorskog dizajna i izrade e-learning tečajeva. Onima sa zanimljivim hobiem namijenjen je model petkom tzv. "off-topic", pri čemu korisnici uvijek mogu odlučiti s kime žele podijeliti svoje znanje.

Dijeleći znanje sakupljeni bodovi na kraju se mogu zamijeniti za novu, željenu edukaciju.

Interni prijenos znanja grupiran je u nekoliko kategorija:

- otvorena katedra - predavanja otvorenog tipa za sve zainteresirane, teme mogu biti raznolike, a želite da svi zainteresirani mogu prisustvovati - jednom mjesečno u kino sali
- radionica - za edukacije tipa prijenosa određenih vještina koje održava netko od zaposlenika iz vašeg sektora. Radionice mogu



Razvijanjem kulture dijeljenja znanja jačaju se vlastite vrijednosti

- biti kraće (za jednostavnije vještine) ili duže (za zahtjevnije vještine).
 - šalji dalje - kategorija za prijenos znanja zaposlenika nakon održanih eksternih edukacija, konferencija ili stručnih skupova
 - za istim stolom - kategorija za teme o kojima biste željeli raspravljati s ostalima (iskustva u vođenju projekata, znanstveni radovi naših zaposlenika, ostale teme, brainstorming s ostalima u kompaniji, drugačije viđenje vaše ideja/poslovnog rješenja/problema...)
 - interno predavanje - za predavanja zatvorenog tipa (unutar istog stručnog područja/odjela/služba)
 - otvoreni dani sektora - predavanje o zanimljivim djelatnostima sektora za ostale zaposlenike ili predstavljanje uspješnih ljudi, ideja, djelatnosti iz sektora
 - off -topic - kategorija za interni prijenos onih vaših znanja koja nemaju direktne veze s poslom (hobiji ili drugačiji interesi). Teme "off-topic" održavale bi se jednom mjesečno petkom.
- ostalo - slobodna kategorija za način prijenosa koji nije obuhvaćen niti jednom predloženom kategorijom.
- Predstavnice sektora Upravljanje ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić-Dujnić, Snježana Šlabek i Nada Radošević predstavile su koordinatorima projekt kroz pojedine faze.
- Zainteresirani se mogu javiti svojim koordinatorima u sektoru zaduženima da u suradnji s Upravljanjem ljudskim potencijalima naprave katalog ponude znanja dostupan na intranetu ili izravno Ljudskim potencijalima koji će dogovorno pronaći najbolji način. Svoj interes uvijek možete iskazati putem prijave na web portalu Upravljanja ljudskim potencijalima ili direktno organizatorima pilot projekta na email: interno.znanje@podravka.hr, odnosno na telefone 1492/1206.
- Popis koordinatora nalazi se na intranet stranici Upravljanja ljudskim potencijalima.
- (I.L.)

Ključne koristi za Podravku

- smanjivanje gubitka intelektualnog kapitala
- povećanje postotka iskorištenja postojećeg znanja u kompaniji
- povećanje efektivnosti korištenjem zajedničke baze znanja
- smanjenje troškova eksterne edukacije
- jačanje interne vrijednosti
- povećanje zadovoljstva zaposlenika
- poboljšanje kolaboracije između različitih odjela i lokacija
- razvoj kulture dijeljenja znanja
- povezivanje internih edukacija sa zahtijevanim kvalifikacijama radnog mjesta
- brži odgovor na ključne poslovne zahtjeve
- poboljšanje poslovnog odlučivanja

Ključne koristi za zaposlenike:

- mogućnosti za bolji profesionalni razvoj
- prepoznavanje eksperata u radnoj okolini
- učenje iz iskustva drugih
- bolje izvođenje poslova na radnom mjestu
- povezivanje s ljudima koji imaju slične interese
- brže rješavanje problema
- jednostavnije uvođenje u novi posao
- interna razmjena najbolje prakse

NA NOVIM STRANICAMA NUDI SE MOGUĆNOST PRIJAVE ZA INTERNE PREMJEŠTAJE I PRIJAVE ZA NEKI OBLIK RAZVOJA KARIJERE

Nove stranice sektora Upravljanja ljudskim potencijalima

U želji da vas potaknemo na komunikaciju i suradnju, prilagodili smo dio web portala koji se tiče upravljanja ljudskim potencijalima vašim potrebama. Nove redizajnirane stranice Upravljanja ljudskim potencijalima organizirane su na način da donose niz sadržaja i informacija koje vam mogu biti zanimljive i korisne te sadrže interaktivne upitnike i ankete kroz koje pozivaju zaposlenike na komunikaciju. Glavni cilj redizajna bio je približiti se zaposlenicima te otvoriti dodatne kanale za komunikaciju, kao i postojeće informacije pregledno grupirati u nekoliko glavnih kategorija: ljudi, razvoj, znanje i dokumenti. Osim upitnika, anketa, potrebne dokumentacije i novih kanala komunikacije, na novim stranicama promovirat ćemo ljude i njihove kompetencije: stručne, osobne, socijalne i konceptualne - što sveukupno čini Podravkinu vrijednosti.

Prijavite se, pratite, pogledajte, provjerite...

Posebno vam skrećemo pažnju na mogućnost prijave za INTERNE PREMJEŠTAJE, mogućnost prijave za neki oblik RAZVOJA KARIJERE, praćenje internih natječaja, potičemo vas da se informirate o strukturi zaposlenih, da pretražite on-line katalog stručne knjižnice, pogledate rezultate ispitivanja klime i zadovoljstva te provjerite što planiramo u vezi klime Podravke činiti u buduću.

Posebno nam je zadovoljstvo skrenuti vam pažnju na pilot projekt dijeljenja znanja čiji je cilj prepoznavanje, spremanje i dijeljenje postojećeg znanja, uz maksimalnu podršku napredne komunikacijsko-informacijske tehnologije. Cilj projekta je što bolje iskoristiti znanja i vještine unutar kompanije. Svi ste pozvani da se uključite, a za vas smo osmislili i motivacijski paket pod nazivom "Edukacijom po edukaciju". Tim za provođenje pilot projekta sastoji se od predstavnika iz svih sektora.

Više o samom motivacijskom paketu, projektu i ostalim aktivnostima Upravljanja ljudskim potencijalima možete pronaći na redizajniranim i obogaćenim intranet stranicama u rubrici Organizacijske cjeline. Posjetite nas i dajte nam povratnu informaciju kako vam se sviđaju i koliko su vam korisne nove stranice te nam dajte prijedloge kao možemo biti i bolji.

(Upravljanje ljudskim potencijalima)



Zašto ova tema?

Kroz ovu kolumnu bavit ću se profilom “modernog menadžera”, posebno menadžera u prodaji, t.j. karakteristikama menadžera koje su preduvjet da netko bude stvarno dobar i uspješan u toj vrlo zahtjevnoj funkciji, bez obzira radilo se o menadžeru niže, srednje ili najviše razine.



U posljednjih dvadesetak godina teme iz poslovne psihologije (psihologija upravljanja, psihologija prodaje i mnoge druge “praktične psihologije”) su velikim koracima stupile na scenu u našem gospodarstvu. To se nekako poklopilo s nastankom nove hrvatske države, što je i normalno, obzirom na sve promjene odnosa koji su se dogodili u našem gospodarstvu.

Kroz ovu kolumnu ću se baviti profilom “modernog menadžera”, posebno menadžera u prodaji, tj. karakteristikama menadžera koje su preduvjet da netko bude stvarno dobar i uspješan u toj vrlo zahtjevnoj funkciji, bez obzira radilo se o menadžeru nižeg, srednjeg ili najvišeg nivoa. Moje iskustvo u posljednjih dvadesetak godina, a posebno u devet godina rada u vlastitoj tvrtki, mi je jasno pokazalo sve prednosti i nedostatke menadžera u različitim branšama. Jedno sam definitivno siguran: proces stvaranja istinskih menadžera je još uvijek u tijeku usprkos mnogim školama, seminarima i treninzima za menadžere. To je naprosto proces koji zahtjeva poduže vrijeme ali i promjenu mentalnog sklopa menadžera i “menadžera”. Situacija je nešto bolja u tvrtkama u kojima je pretežito strano vlasništvo, pod uvjetom da su to zdrave tvrtke u svojim državama, i u tvrtkama u privatnom vlasništvu gdje su vlasnici na vrijeme počeli s promjenama. Tu je čitav niz različitih područja na kojima menadžer mora “biti doma” da bi bio uspješan u upravljanju a nije dovoljna samo parola “Ljudi su najveći kapital naše tvrtke”. Tu parolu treba

i živjeti i upražnjavati je u svakodnevnoj praksi. Primjera dobrog i lošeg upravljanja imam napretek pa ću svoja dosadašnja iskustva rado podijeliti sa svima koje ova tema zanima. Želim ukazati na opće prihvaćenu zabludu: sama činjenica da sam završio fakultet, me je kvalificirala za funkciju menadžera. Ili: “ja sam gazda firme i znam kak se to dela!” (Citat iz usta jednog mog “uspješnog”poslovnog partnera!). Taj subjektivni osjećaj “spособnosti” za upravljanje suradnicima je mnoge odveo u ćorsokak iz kojeg nikad nisu znali izaći. Ljudski je vjerovati u svoje “spособnosti” ali je daleko veća stvar prepoznati svoje stvarne spособnosti i svoje pravo mjesto u procesu upravljanja. Primjera radi ću navesti anegdotu s jednim mojim poslovnim partnerom, vlasnikom privatne zagrebačke tvrtke, s kojim surađujem već 15-tu godinu. Nakon dvije godine intenzivne suradnje u jednom opuštenom razgovoru mi je rekao: Znae kaj gospon Ferenčak. U protekle dvije godine smo profitirali samo vi i ja. Vi ste nekaj zaradili a ja sam si konačno pojasnil neke stvari. Mislil sam da je sama činjenica da je netko završil fakultet dovoljna da bude uspješan. Moram drastično promjeniti način rada i razmišljanja ako hoću uspješne suradnike a i sam postati uspješniji. Ovakvi se primjeri rijetko susreću jer mnogi onoga časa kad postanu “nešto” prestaju učiti, “jer to znaju raditi oduvijek”. Njega ću rado navoditi kao primjer modernog i uspješnog menadžera.

(prof. Ivan Ferenčak)



JADRANKA IVANKOVIĆ-PREDSJEDNICA KLASTERA PREHRAMBENO-PRERAĐIVAČKOG SEKTORA

Snažnije povezivanje prehrambenog sektora

Podravka je zajedno s Gradom Koprivnicom spremno ušla u projekt razvoja Hrvatskog klastera prehrambeno-prerađivačkog sektora



Na osnivačkoj skupštini klastera konkurentnosti članica Uprave Podravke Jadranka Ivanković izabrana je za predsjednicu klastera prehrambeno-prerađivačkog sektora. Naime, iz Ministarstva gospodarstva stigao je poticaj za osnivanje klastera za čiji su razvoj predviđena sredstva u iznosu od 2,4 milijuna eura iz EU fonda u okviru "Projekta za razvoj klastera" u sklopu Operativnog programa Regionalna konkurentnost. Klaster konkurentnosti prehrambeno-prerađivačkog sektora svoje će aktivnosti realizirati putem četiri centra kompetencija: Koprivnica, Osijek, Zadar i Dubrovnik. Podravka je zajedno s Gradom Koprivnicom spremno ušla u projekt razvoja Hrvatskog klastera prehrambeno-prerađivačkog sektora s ciljem da Koprivnica postane jedan od najsnažnijih centara za razvoj prehrambeno-prerađivačke industrije, ne samo u Hrvatskoj već i u regiji. Nakon osnivačkih aktivnosti, slijedi izrada strateškog plana razvoja sektora, utvrđivanje potreba za novim investicija-

ma te definiranje projekata od nacionalnog interesa za prehrambeno-prerađivački sektor. Osnovana je i Radna skupina za izradu sektorske tehnološke platforme za prehrambeno-prerađivački sektor, a naši predstavnici su dr. sc. Jasmina Ranilović i njezina zamjenica, mr. sc. Lenkica Penava. Podravka će djelovati unutar Centra kompetencija Koprivnica kojeg će realizirati u suradnji s lokalnom samoupravom i znanstvenom zajednicom naše regije.

Nove vrijednosti potrošačima

Na pitanje kojim će se aktivnostima Podravka uključiti u djelovanje Klastera, članica Uprave Podravke Jadranka Ivanković odgovara:

- Osnovna ideja Centra jest stvoriti tehnološku infrastrukturu za rad na razvojnim i primijenjenim istraživanjima u prehrani te okupljanjem svih znanstvenih, proizvodnih i istraživačkih kapaciteta predlagati projektne ideje koje će moći aplicirati za sredstva EU fondova. Osim povećanja

konkurentnosti sektora, cilj je snažnije povezivanje prehrambenog sektora s farmaceutskom industrijom te u konačnici s turističkim sektorom. U Podravki intenzivno radimo na razvijanju vrlo zanimljivih projektnih ideja. Njihova će realizacija pružiti nove vrijednosti našim potrošačima, imat će i dalekosežniji pozitivan utjecaj na širu lokalnu zajednicu otvaranjem novih radnih mjesta te razvoj srednjeg i malog poduzetništva našeg kraja, rekla je Jadranka Ivanković.

Osnivači Udruge najveća su hrvatska poduzeća iz prehrambeno-prerađivačkog sektora, srodni fakulteti, istraživački instituti te lokalna zajednica. Ta će suradnja rezultirati jačanjem konkurentnosti prehrambeno-prerađivačkog sektora i stvaranjem novih dodanih vrijednosti. Također, jedan od važnijih ciljeva je stvaranje infrastrukture za učinkovito korištenje financijskih sredstava iz EU fondova koja će nam biti dostupna ulaskom u EU.

(I.L.)

Zadovoljstvo zaposlenika u izravnoj vezi s uspjehom kompanije

Tim čine zaposlenici iz različitih cjelina u kompaniji

Nakon inicijalnog sastanka u veljači, predstavnici tima koji će aktivno raditi na razvoju i unapređenju klime unutar kompanije, nastavljaju s radom.

Tim čine zaposlenici iz različitih cjelina kompanije: direktorica sektora Upravljanje ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić Dujnić, direktorica sektora Korporativne i marketinške komunikacije Marinka Akrap, direktor marketinga dječje hrane, žitarica i kremnih namaza Vedran Kelek, voditeljica poslova analize inozemnih tržišta Željka Barić, tehnički direktor u

Tvornici dječje hrane Branimir Perković, direktor službe Logistika tržišta RH Goran Pezelj, pomoćnica direktora sektora Istraživanje i razvoj Lenkica Penava, direktorica sektora Poslovni program pića Sanja Garaj Miloš i voditeljice grupa proizvoda u Danici d.o.o. Ksenija Vrhovski.

U narednim susretima koji će se održavati svakih desetak dana predstavnici će detektirati potencijalna područja za poboljšanja, generirati ideje, te izraditi operativni i plan aktivnosti koji će predstaviti Upravi.

Podsjetimo, jedan od prioriteta u Upravljanju ljudskim potencijalima je konstantno ispitivanje stavova zaposlenika i zadovoljstva poslom pa su samo u protekloj godini provedena čak tri istraživanja na razini kompanije. Svrha ovih istraživanja je konkretnim aktivnostima kroz definiran plan djelovanja utjecati na zadovoljstvo zaposlenika i na poboljšanje klime i kulture unutar kompanije, jer zadovoljstvo zaposlenika u izravnoj je vezi s uspješnošću kompanije.

(I.L.)

**Mladen
Pavković
počasni
predsjednik
UBIUDR
Podravke**

Na Izbornom saboru Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke, za novog je predsjednika izabran Petar Koprnić, koji je zamijenio Mladena Pavkovića. Poznati novinar i publicist Mladen Pavković nakon 35 godina rada, napušta kompaniju pa prema Statutu Udruge više ne može biti član ove organizacije koja okuplja radnike Podravke.

Rad u uredništvu - izazov i zadovoljstvo

Međutim, jednoglasnom odlukom delegata Sabora Pavković je za svoje mnogobrojne zasluge u vrijeme i nakon Domovinskoga rata izabran za prvog počasnog predsjednika Udruge branitelja Podravke, što je po njegovim riječima, iznimna čast i priznanje:

- Eto, i moja malenkost se našla među onima koji napuštaju kompaniju. Raditi 35 godina u uredništvu lista Podravka za mene je bio veliki izazov, ali i određeno zadovoljstvo. Međutim, nastaviti ću i dalje pisati, objavljivati knjige i slično. Veliki broj udruga proisteklih iz hrvatskog Domovinskoga rata dodijelio mi je "Veliko zlatno srce". To mi priznanje mnogo znači, jer su ga za dodjelu meni potpisali i naši poznati generali, ali i Zagrebačka županija i drugi. Sada pripremam monografiju Jakova Sedlara, drugo izdanje knjige "Dario Kordić", ali i još nekoliko naslova ne samo vezanih uz Domovinski rat, kazao je Pavković. (Uredništvo)



RAZMOTRENI PLANOVI I ORGANIZACIJSKA STRUKTURA SEKTORA

Konferencija sektora Logistika

Cilj nam je prisutnost na policama

U Podravki je održana dvodnevna konferencija sektora Logistika na kojoj su razmatrani strateški i operativni planovi te organizacijska struktura sektora. Uz to, analizirani su prošlogodišnji rezultati poslovanja te je održano zanimljivo predavanje o ulozi i važnosti HACCP-a u logističkom poslovanju.

Nagrade najboljima

Na konferenciji je direktor Logistike Dario Galinec naglasio kako taj sektor mora biti spreman na daljnja restrukturiranja i promjene, a sve u cilju efikasnijeg korištenja ljudskih i tehničkih resursa. Uz to, Galinec je najboljim prošlogodišnjim ekipama iz Logistike simbolično uručio tzv. Lino gold, asocirajući na dodjelu Oscara. Za najbolji udio troška u prihodima Lino gold

je dobio voditelj Logistike regija sjeverno Primorje Darko Jurčević, a specijalni Lino za posebne zasluge dobila je voditeljica Logistike regija Lipik Jasenka Mareković. Naime, lipička ekipa se posebice iskazala prošle godine kada su zbog požara u skladištu morali raditi u gotovo nemogućim uvjetima, ali su sve probleme vrlo profesionalno i uspješno rješavali.

Novi direktor opskrbnog lanca

Na konferenciji se predstavio i novi direktor Opskrbnog lanca Ivan Galović koji je od 1. ožujka preuzeo tu dužnost. Galović je zapravo stari Podravkaš, radio je u našoj tvrtki od 1982. do 1992. godine, a potom prelazi u tadašnju Panonsku pivovaru, a današnji Carlsberg. Veliko

poslovno i životno iskustvo jer je za tu dansku tvrtku radio na tri kontinenta pokušat će prenijeti i u poslovanje Opskrbnog lanca.

Podravka ima budućnost, ali i svoje izazove te apeliram na sve vas da budete dio rješenja, a ne kočničari. Primarni cilj opskrbnog lanca je prisutnost Podravkinih proizvoda na policama, a ne njihovo sakupljanje prašine i paučine u skladištima. Zbog toga mrežu skladišta treba dodatno optimizirati jer u konačnici, plaća nas potrošač i kupac, rekao je Galović. Inače, u sektoru Logistika je oko 600 zaposlenih, a prosječna starost zaposlenih je preko 45 godina. Taj je sektor drugi po veličini u Podravki te itekako važan u uspješnom funkcioniranju naše kompanije.

(B.F.)



Na konferenciji nagrađene najbolje ekipe iz Logistike

DR. SC. MATOTAN PREDSTAVLJAO HRVATSKU NA FAO
WORKSHOP O SORTIMENTU HORTIKULTURNOG BILJA

Učvršćena suradnja među institucijama u regiji



Dr. Matotanu certifikat o uspješno završenoj edukaciji od direktora
Regionalnog ureda za Europu i centralnu Aziju FAO gosp. Alonza

U bazi od tisuće sorti hortikulturnog bilja iz cijeloga svijeta podaci su o dvije hrvatske sorte paprike selekcionirane u Razvoju poljoprivrede Podravke

U organizaciji Regionalnog ureda za Europu i centralnu Aziju FAO (Organizacije Ujedinjenih naroda za hranu i poljoprivredu) u Budimpešti je održana radionica s temom suradnje država regije na području razmjene informacija o sortama hortikulturnog bilja preko zajedničke baze podataka. Uz predstavnike 15-ak država regije i djelatnika FAO, Hrvatsku je na radionici predstavljao dr. sc. Zdravko Matotan iz Razvoja poljoprivrede Podravke, inače koordinator FAO regionalne radne grupe za povrće. Sorta je veoma važan čimbenik uspješnosti svake poljoprivredne proizvodnje, a posebice one kod višegodišnjih nasada gdje greške u odabiru mogu prouzročiti iznimno velike ekonomske štete. Zbog toga je objektivna informiranost o obilježjima pojedine sorte u određenim agroekološkim uvjetima od izuzetno velike koristi.

Sve države u regiji imaju svoje institucije i službe koje na različite načine vrednuju sor-

timent no ti podaci najčešće nisu dostupni široj javnosti.

Internetska baza podataka

- Da bi dostupnost podataka o sortimentu hortikulturnog bilja bila što veća na jednom od sličnih sastanaka prije pet godina inicirali smo pokretanje internetske baze podataka o sortimentu u što se do sada unosom podataka uključilo gotovo sto država svijeta. Radionica je bila prilika da se analiziraju dosadašnje aktivnosti i izvide nove mogućnosti poboljšanja kvalitete i ažurnosti same baze te da se uspostavi čvršća suradnja među institucijama u regiji koje se bave proučavanjem sortimenta hortikulturnog bilja. Zanimljivo je spomenuti da se u bazi koja sadrži podatke o više tisuća sorti hortikulturnog bilja iz cijeloga svijeta nalaze podaci o samo dvije hrvatske sorte, a to su sorte paprike Podravka i Slavonka selekcionirane u Razvoju poljoprivrede Podravke. - rekao je dr.sc. Matotan.

(Uredništvo)

UMIROVLJENIK MARTIN LJUBIĆ

Podravka će uvijek ostati u srcu

Posljednje dane na radnom mjestu, Martin je
proveo učeći kolege koji preuzimaju njegov
posao

Nakon gotovo 36 godina radnog staža, 1. ožujka iz Podravke otišao je skladištar Martin Ljubić iz Novigrada Podravske. U Podravku je došao kao dvadesetpetogodišnjak i to u transport.

- U početku smo znali raditi u smjenama i po dvanaest sati, a nakon radnog vremena ponekad smo ostali istovarivati ugljen, prisjeća se Martin.

Iz transporta je prešao na mjesto viljuškarista gdje je proveo jedno desetljeće, zatim je radio na ulazu u skladište, a onda se ukazala prilika za izdavačima pa je posljednjih desetak godina proveo na mjestu voditelja centralnog skladišta, najvećeg skladišta na krugu Podravke. Radni vijek mu je, kaže Martin, prošao bolje nego da ga je sam zamišljao.

Dinamična atmosfera u skladištu

U njegovom se skladištu radi u tri smjene, a atmosfera je uvijek dinamična.

- Svaki dan je veselo, puno je ljudi, uvijek smo u pokretu, rade se otpremnice, komisio-

nirane robe, zovu nas suradnici s terena ili kolege iz drugih skladišta. Suradujemo i s drugim odjelima poput kontrole faktura i reklamacija i mogu reći da nam je suradnja na zavidnoj razini i zaista nam nikad nije dosadno. Prisjetio se Martin i doba kada je tek počinjala informatizacija, kako su savladavali SAP sustav i koliko im je truda i volje bilo potrebno.

Potaknut stimulativnom otpremninom koja je bila po-

Pošten rad na prvom mjestu

Za Martina će Podravka uvijek ostati u srcu i za nju ima samo riječi hvale. Kaže kako Podravka danas ima težih trenutaka, no on se, kaže, ne brine, jer Podravka je prošla svakakva razdoblja i uvijek je bila i ostala najbolja. Posljednje dane na radnom mjestu, Martin je proveo učeći kolege koji preuzimaju njegov posao. Upravo njima i poručuje neka im pošten rad bude na prvom mjestu, jer će jedino tako iz sebe izvući ono najbolje. (L.K.)



JAČAMO POZICIJE NA
SLOVENSKOM TRŽIŠTU

Podravka - ekskluzivni distributer Badela 1862 za tržište Slovenije

Podravka je s Badelom 1862 potpisala ugovor o distribuciji prema kojem postaje ekskluzivni distributer proizvoda Badela 1862 za područje Slovenije. Od 1. ožujka Podravka u Sloveniji distribuira program jakih alkoholnih pića, vina i sokova Badela 1862.

- Za Podravku, značaj ugovora, prije svega, je proširenje palete proizvoda te povećanje troškovne efikasnosti poduzeća u Sloveniji, dok će Badel 1862 pak, imati partnera s velikim internacionalnim iskustvom te jakim i razgranatom distributivnom mrežom za svoje priznate proizvode, što će omogućiti kvalitetniju i efikasniju distribuciju njegovog proizvodnog programa.

Veći asortiman u gastro segmentu

Sinergijom Podravke i Badela imamo mogućnost potrošačima i kupcima ponuditi veći asortiman, posebice u gastro segmentu, gdje želimo ojačati pozicije na slovenskom tržištu - ističe direktor Podravke Ljubljana Miroslav Vitković. Zahvaljujući izuzetno dobroj i razvijenoj distributivnoj mreži koja se proteže od Jadranskog do Sjevernog mora te iskustvu u distribuciji trgovačke robe, Podravka je zanimljiv partner mnogim kompanijama, dok je Badel 1862 sinonim za jaka alkoholna pića u Hrvatskoj i široj regiji. Sinergija između dvije kompanije prvi je korak ka snažnijoj suradnji te mogućnostima proširenja i na druga tržišta.

(B.F.)

ZAJEDNIČKIM DJELOVANJEM ŠIRI SE PONUDA I RASTU REZULTATI PRODAJE

Podravka i Uniline uspješno promoviraju Hrvatsku u Japanu

Zajednički na tržište diljem svijeta

Na promotivnim sajmovima u Tokiju, Okinawi i Osaki, Podravka i Uniline zajednički su promovirali Hrvatsku kroz prezentaciju gastronomskih i turističkih kvaliteta destinacije.

- Oborit ću Japan autohtonim dalmatinskim i hrvatskim delicijama, poručio je splitski gastro-umjetnik Hrvoje Zirojević prilikom najave odlaska u Japan, točnije u Tokio, Osaku i Okinawu. Njegove su se riječi obistinile i oduševile iznimno velik broj gostiju, posjetitelja promotivnih događanja koje su u zemlji izlazećeg sunca organizirale vodeće domaće tvrtke u prehrambenom i turističkom sektoru - Podravka i Uniline. Spomeni-

mo da je ova akcija Podravke i Unilinea samo jedna u nizu aktivnosti kojom se zajednički djeluje na tržištima diljem svijeta. Ugovor o suradnji između ove dvije tvrtke potpisan je sredinom studenog s ciljem zajedničkog nastupa na ključnim tržištima.

Značaj suradnje u potencijalnim sinergijskim učincima

Značaj suradnje leži u potencijalnim sinergijskim učincima, a zajedničkim djelovanjem kroz vlastite kanale širi se ponuda, ali i povećavaju rezultati prodaje. Koristeći raspoložive resurse, oba sudionika suradnje putem marketinških i pro-

dajnih aktivnosti plasiraju proizvode te iste etabliraju i pozicioniraju diljem međunarodnih tržišta. Suradnja je u vrlo kratkom roku dovela do pomaka u kontekstu brandiranja i pozicioniranja Podravkinih proizvoda, ali i Unilineovih produkata na razini receptivnog poslovanja.

Posljednjih godina, tamošnje tržište pokazuje sve veći interes za posjetom Hrvatskoj i upoznavanju svih prednosti koje naša destinacija nudi. Da je Hrvatska i te kako cijenjena, pokazuju i reakcije japanskih turističkih stručnjaka koji u nadolazećem periodu predviđaju dodatni rast prodaje aranžmana za Hrvatsku. (P)



Vegeta u zemlji izlazećeg sunca

MODERNA SKLADIŠTA I POSLOVNI PROSTORI

Dvadeset godina Podravke u Širokom Brijegu

Podravkini proizvodi u BiH nalaze put do srca potrošača

Sve do devedesetih godina prošlog stoljeća, Podravka je u susjednoj Bosni i Hercegovini poslovala iz predstavništva u Sarajevu. Početkom rata predstavništvo prestaje s radom te se 1992. godine pokreće inicijativa da se u Širokom Brijegu, koji nije bio okupiran, osnuje novo Podravkino poduzeće.

Godišnji plan ostvaren u mjesec dana

- Inicijativa je realizirana 1. ožujka 1993. godine kada je Podravka Mostar i započela s radom u Širokom Brijegu. Prilikom otvaranja ovog poduzeća tadašnji predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Majdančić naglasio je kako će godišnja prodaja od petsto tona Podravkinih proizvoda biti i više nego dobar rezultat. Mi smo taj cilj realizirali već u

prvom mjesecu rada, s nostalgijom, ali i ponosom prisjeća se prvih dana Mario Hrkać, tadašnji direktor poduzeća, a danas direktor logistike u Podravki Sarajevo.

Danas poduzeće u Sarajevu čini osamdesetak Podravkaša, koji unatoč izazovima na tržištu uspješno posluju te ostvaruju zavidne rezultate. Neophodne uvjete za rad zaslužio su, nakon niza godina uspješnog rada i zalaganja, ostvarili i u modernim skladišnim i poslovnim prostorima u Širokom Brijegu, Sarajevu i Banja Luci.

- Siguran sam da Podravka na ovom tržištu ima svijetlu budućnost. Iako su krizna vremena, ljudi se ipak snalaze, a Podravkini proizvodi uvijek nađu put do srca ovdašnjih potrošača, zaključuje Mario Hrkać. (V.I.)



Podravkini prostori u BiH

Novo imenovanje u Podravki d.o.o. Ljubljana

Temeljem Odluke Uprave Podravke d.d. i direktora poduzeća Podravke d.o.o. Ljubljana provedena je organizacijska promjena uvjetovana poslovnim razlozima u poduzeću u Sloveniji, a podrazumijeva podjelu funkcije 'direktora trženja' na funkcije direktora prodaje i direktora marketinga. Navedena promjena omogućit će jači fokus na oba segmenta.

Na poziciju direktora prodaje imenovan je Jurij Krajnc, a timu u slovenskom poduzeću pridružio se 11. veljače 2013. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Ljubljani, završio GEA College-International program u Sloveniji te je pohađao visoku školu The Mercersburg Academy, Pennsylvania, USA. Novoimenovani direktor prodaje dolazi s pozicije direktora prodaje u Coca-Cola HBC Slovenija, gdje je i započeo profesionalnu karijeru, a bio je zadužen za Retail i HoReCa kanal. Svojim radnim iskustvom stečenim u međunarodnoj kompaniji zasigurno će dati veliki doprinos menadžerskom timu u Podravki Ljubljana te će doprinijeti postizanju zacrtanih ciljeva poduzeća i daljnjem razvoju poslovanja na tržištu Slovenije. (P)



Dalibor Kezele, Ivo Nešpor, Frane Krnić i Nikola Nakić

Češki veleposlanik i konzul posjetili Podravku Lagris

Podravka ima dugogodišnju prijateljsku suradnju s hrvatskim veleposlanstvom u Pragu

Podravku-Lagris u Dolní Lhota posjetili su veleposlanik Republike Hrvatske u Češkoj Republici Frane Krnić i Ivo Nešpor, počasni konzul novootvorenog hrvatskog konzulata u Brnu. Dugogodišnja prijateljska suradnja između Podravke i hrvatskog veleposlanstva u Pragu te upoznavanje s novim hrvatskim konzulom bili su povod ovog sastanka sa Upravom Podravke-Lagris.

Predsjednik Uprave Podravka Lagris i član Nikola Nakić predstavili su veleposlaniku i konzulu Podravkino poduzeće u Češkoj, pokazali im pogone i proizvodnju te se zadržali u kraćem razgovoru.

Dogovorena je operativna suradnja sa konzulom Nešporom i konzulatom u Brnu koji pokriva pet jugoistočnih županija Republike Češke, između ostalih i Zlín-sku u kojoj se nalazi sjedište Podravke.

(Uredništvo)

TERENSKJE VJEŽBE STUDENATA PREHRAMBENO-BIOTEHNOLOŠKOG FAKULTETA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU U
PODRAVKINOM ISTRAŽIVANJU I RAZVOJU

Razmjena iskustva i znanja

Boravak u Podravki studentima je koristan za bolje razumijevanje procesa nastanka proizvoda



Posjet Podravki – dragocjeno iskustvo studentima PBF-a

Nastavljajući dugogodišnju suradnju temeljenu na razmjeni iskustva i znanja, Podravku su posjetili pročelnica Laboratorija za znanost o prehrani Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta u Zagrebu prof. dr.sc. Irena Colić Barić ujedno i voditeljica preddiplomskog, diplomskog i doktorskog studija "Nutricionizam", dr.sc. Ivana Rumbak viša asistentica u Laboratoriju i 30-tak studenata diplomskog studija nutricionizma, Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (budući Magistri nutricionizma). Dobrodošlicu im je poželjela direktorica sektora Istraživanje i razvoj dr.sc. Jasmina Ranilović, koja je ujedno i vanjski suradnik predavač na diplomskom studiju nutricionizma, na modulu "Potrošač, hrana i prehrana" PBF-a. Osim upoznavanja s Podravkinom poviješću, poslovanjem i proizvodima, studentima je pružena prilika za sudjelovanje u senzorskom ispitivanju novih proizvoda, upoznavanja projekta "Školski obrok" te razgledavanje Tvornice Vegete i Podravki-nog Muzeja prehrane.

Emotivna veza s Podravkom

Od prof. dr. sc. Irene Colić Barić doznajemo kako uz dugogodišnju poslovnu, gaji i posebnu emotivnu vezanost uz Podravku:

- Uz Podravku me vežu iznimno pozitivna iskustva, budući da je moje prvo radno mjesto bilo upravo u kemijskom laboratoriju Instituta za istraživanje i razvoj 1984.

godine. Stečena znanja na fakultetu imala sam, po prvi puta, mogućnost primijeniti u praksi. Za mladog inženjera pripravnika, izuzetno je važna sredina u koju dolazi. Ja sam u tom smislu imala sreće. Imala sam svesrdnu podršku i pomoć svih članova Laboratorija i priliku steći nova znanja i vještine. Međutim, za mene osobno, od najvećeg značaja je bilo to što sam upoznala tijek nastanka proizvoda i sve ono što mu prethodi, ali i značaj krajnjeg korisnika u tom procesu, rekla je prof. dr. sc. Colić Barić, dodavši:

- Smatram da bi mladi ljudi profila prehrambenih tehnologa, biotehnologa ili nutricionista, koji se ne zapošljavaju u industriji već na primjer u znanstveno-istraživačke ustanove, ministarstva i slične institucije, trebale imati priliku provesti određeno vrijeme (1-3 mjeseca) u industriji. Takva iskustva pomogla bi im u boljem razumijevanju i obavljanju poslova na koje su primljeni.

- Ovakvi posjeti industriji za naše studente su dragocjeno iskustvo.

Četrdesetogodišnja suradnja Podravke i PBF-a

Osnivanjem preddiplomskog i diplomskog studija Nutricionizam na Prehrambeno-biotehnološkom fakultetu bitno se pridonijelo kvaliteti ovog profila stručnjaka u nas. Tako na prvoj godini diplomskog studija unutar modula "Potrošač, hrana i

prehrana" predviđene su terenske vježbe, pa je cjelodnevni boravak u kompaniji za studente i te kako koristan upravo za bolje razumijevanje jednog tako složenog sustava kao što je prehrambena industrija.

- Veliki broj zaposlenih u Podravki, ali i Istraživanju i razvoju dolazi upravo s našeg fakulteta. Činjenica da su naši bivši studenti, ne rijetko, visoko pozicionirani i na vrlo zahtjevnim dužnostima, čini nas ponosnim. Naša suradnja traje gotovo četrdeset godina, što dokazuje kvalitetu suradnje i potvrđuje prednost razmjene iskustva i znanja, zaključila je na kraju posjeta prof. dr. sc. Irena Colić Barić.

Predstavljen "Školski obrok"

Direktorica službe Nutricionizam i senzori-ka mr.sc. Davorka Gajari predstavila je studentima projekt i brošuru "Školski obrok", u čijem je stvaranju sudjelovala i prof.dr.sc. Irena Colić Barić, naglasivši koliko je u pravilnoj prehrani učenika važna dostupnost obroka, koji osim što sadrže visokovrijedne namirnice su i poželjnog okusa i izgleda. Dugoročni cilj projekta je unaprijediti prehrambene navike djece, odnosno poboljšati kvalitetu i raznovrsnost školskih obroka, nutricionistički oblikovanim jelovnicima koji su u skladu s potrebama djece. Cilj je također u taj proces uključiti i roditelje i nastavnike, kako bi ih potakli na promišljanje i poboljšanje kvalitete svakodnevnih prehrane cijele obitelji. (I.L.)

DISKOGRAFSKOJ NAGRADI PORIN
PRISUSTVOVALA I PODRAVKA

Podravka uz hrvatsku glazbu

Studenac i Studena za osvježenje glazbenika i
gostiju Porina 2013.

Na objavi nominacija za najprestižniju glazbenu nagradu u zemlji i regiji, Diskografsku nagradu Porin 2013. prisutna je bila i Podravka. Dvorana namijenjena objavi nominacija bila je premala da primi sve znatiželjnike, što dokazuje izniman interes za ovaj događaj.

Glazbenici i njihovi gosti zabavu su nastavili na cocktail partyu u klubu SkyBowling, gdje se za osvježenje uzvika pobrinula Podravka sa svojom izvorskom vodom Studena i mineralnom vo-

dom Studenac. Stoga smo na večeri koja je označila i službeni početak 20. Porina brojne glazbenike i goste ovog događaja zatekli ispred naših panoa sa Studenom, Studencem i Vegetom, koji su se izvrsno uklopili u glamuroznu atmosferu ovog događaja.

Inače, čak sedam nominacija glazbene struke osvojio je album "Opet si pobijedila" Tonya Cetinskog, a imena pobjednika bit će objavljena na svečanoj dodjeli nagrade 11. svibnja u riječkoj dvorani Zamet. (I.L.)



Natali Dizdar



Ivana Kindl



POSJETITE NAS NA FACEBOOKU
WWW.FACEBOOK.COM/PODRAVKAHRVATSKA

Kulinarstvo, dobra hrana i zabava

Podravka je od 14. veljače, na samo Valentinovo, dostupna i na popularnom Facebooku na adresi www.facebook.com/PodravkaHrvatska. Facebook u Hrvatskoj broji 1.600.000 korisnika i stoga je važan medij kojim se dolazi do postojećih, ali i potencijalnih kupaca i potrošača. Kulinarstvo, dobra hrana i zabava kod stola naša je nit vodilja i želja nam je tu ideju podijeliti s Facebook korisnicima. Profil je otvoren s ciljem izgradnje zajednice i jačanja odnosa s potrošačima, ulaska u novi marketinški i komunikacijski kanal te povezivanja svih internetskih kanala u vlasništvu Podravke. Korisnici, uz osnovne informacije o kompaniji i njezinoj povijesti, na Facebook stranici mogu naći informacije o Podravkinim proizvodima, brandovima, promocijama te ideje što kuhati. Korisnicima je odmah ponuđena nagradna igra Čajbook u kojoj na kreativan i zabavan način, slanjem virtualnih poklona, skupljaju kupone kako bi ostvarili uvjete za dobivanje nagrade. Odlične reakcije korisnika same za sebe govore da je otvaranje Podravkinog profila na Facebooku odličan potez, o čemu govore stihovi koje nam je za dobrodošlicu uputila gđa Dubravka Car. (K.M.)

O Podravki imam samo riječi hvale,
proizvode ima za velike i male.
Poznata je ona u cijelome svijetu,
Svi su čuli za njihovu Vegetu.

Bez nje juha nije ista,
ne imati ju doma nema smisla,
i mali Lino je član obitelji ove,
dječja srca ga jako vole.

I sa ribom proizvode ona ima,
ukusno i zdravo - to mi štima,
Skuša, tuna, sardina u svakom obliku
Eva je stvorena za svaku priliku.

...

I za kraj pjesme ove,
želim Vam svaki dan uspjehe nove,
još mnogo proizvoda svima pružite,
njima nam srca okružite.

PRI PRIPREMI PARFEA JE DOZVOLJENA I POŽELJNA
IMPROVIZACIJA

Parfe slastice

Parfe potječe s kraja 19. stoljeća. Sama riječ parfē (parfait) je francuskog podrijetla, a odnosi se na savršenost

Parfe je općenito govoreći zamrznuta krema temeljena na tučenom vrhnju i zaslađenim jajima. Smrznut desert kod nas je često osnova brojnih slastica, torti i kolača, ali se i jede i samostalno. U tom slučaju se dobro nadopunjuje sa šlagom, kremom od jogurta, sladoledom i voćem.

Naziv za savršeno

Može se aromatizirati likerima, vanilijom, kavom ili čokoladom. Sama riječ parfē (parfait) je francuskog podrijetla, a odnosi se na savršenost. Upravo tako misle i brojni ljubitelji laganih i slasnih parfē krema - da su savršene. Smatra se da parfē potječe s kraja 19. stoljeća, a iz tog perioda se sačuvao recept kavenog parfēa.

Dok je za Europljane parfē zamrznuta mliječna krema, osnova za brojne slastice, Amerikanci su parfēu dali raskošniji značaj. Smrznut desert se u Americi najčešće servira samostalno u slojevima, tako da se izmjenjuju mliječne ili jogurtove kreme sa slojevima sladoleda, čokoladne kreme, mješavine žitarica, čokolade,

usitnjenih orašastih plodova i voća. Kao da to samo po sebi nije dovoljno, na vrhu parfēa se nalazi tučeno vrhnje i povrhu toga kandirana trešnja ili druga dekoracija.

Za svačiji ukus

Parfē je blizak rođak još jedne omiljene slastice, sladoleda, a osnovna razlika među sladoledom i parfēom je što sladoled tijekom zamrzavanja miješamo, a parfē ne. U prilog parfēu ide visok sadržaj žumanjaka, zbog čega je smrzavanje moguće i bez miješanja, a da pri tom ne nastaju kristalići. Klasičari najviše vole one od čokolade, vanilije s voćnim umakom ili možda onaj od kestena. Kavoljupci naravno preferiraju parfē od kave. Odmah za njime je parfē s bananom, a za ljubitelje voća zanimljiv je i onaj s okusom jagode, limuna, bobičastog voća, naranče ili možda marelice i bresaka. Slijede mljeveni ili usitnjeni u komadiće orasi, lješnjaci, bademi, nesoljene pistacije i kokos, pinjole ili možda mak. Iz ovoga je jasno, parfē trpi sve i prilagođava se svačijem ukusu.

(C)



Tips and tricks

- Prilikom pripreme parfē slastica morate uvažiti činjenicu da voće smrzavanjem gubi na okusu. Tako da parfē, po želji, dodatno aromatizirajte.
- Za intenzivniji okus parfē kremi možete dodati liker.
- Imajte na umu da čvrstoća tučenog vrhnja ponajprije ovisi o sadržaju masnoće u vrhnju. Više masnoće, čvršća krema.

- Parfē krema će biti čvršća držimo li vrhnje za tučenje u hladnjaku, sve do pripreme.
- Parfē možemo zamrznuti i u tome primjerenom kalupu kojeg prethodno obložimo prozirnom folijom.
- Ohlađeni parfē će se lakše izvaditi iz kalupa ako se model na trenutak prelije vrućom vodom ili namoči kuhinjska krpu u vruću

vodu i njome obavije donji dio kalupa na minutu-dvije.

- Parfē se može poslužiti i tako što se nakon vađenja iz kalupa nareže i ukrasi, te priloži tučeno vrhnje. Parfē se može vaditi i žlicom, tj. možemo ih njega oblikovati žličnjake.
- Pri pripremi parfēa je dozvoljena i poželjna improvizacija. Primjerice, jagoda

se dobro slaže s dekorativnim listićima mente, ali i s cimetom, portom, vanilijom, zvjezdanim anisom i drugim namirnicama. Kaveni parfē će se dobro nadopuniti s rumom, a nećete pogriješiti pospete li tanko na vrhu sitno mljevenom kavom. Zamijenite li lješnjake u parfēu s bademima, a lješnjakov liker s bademovim, dobiti ćete



U mojim "jelima na žlicu", najviše uživa kćer Marina

Ljubica Martinac poslovna je tajnica u Podravkinom uredu u Zagrebu, a nakon što prestanu njezine radne obaveze u kompaniji, počinje vrijeme kako voli reći, za njezin život pun okusa i mirisa. Naime, velika strast joj je kuhanje i pripremanje kolača u kojima najviše uživa njezina kćerka Marina. Ljubica kaže, da baš kao i svako dijete Marina obožava one čokoladne, no voli i "jela na žlicu" u kojima većina njezinih vršnjaka baš i ne uživa. Stoga, često upravo zbog Marine voli osmišljavati nove recepte.

- Interes za kuhanje, osmišljavanje recepata i sve što je usko povezano uz to, kod mene se razvilo još u ranom djetinjstvu. Moja pokojna

baka koja je bila jako dobra kuharica često mi je davala savjete i puštala me da uđem u taj njezin kutak kuhinje, u kojem je sve mirisalo po svježem povrću koje je nekad i sama uzgajala, ističe Ljubica Martinac.

Posebno joj je drago kada je stol ispunjen do posljednjega mjesta jer često u njezinim kulinarским umijećima, osim obitelji uživaju i prijatelji. Često je pitaju koja je tajna njezinih jela, a kao prava Podravkašica s ponosom odgovara: jedna žlica Vegete. Otkriva i kako je upravo kćer njezin najbolji kritičar. Ako ona kaže: mama baš mi je ovo dobro, hoću još, onda znam da niti suprug Žarko neće negodovati.



SLANUTAK S JEČMENOM KAŠOM I PORILUKOM

500 g slanutka
3-4 poriluka
150 g ječmene kaše
maslinovo ulje
sol, papar, timijan, lovorov list
1 žličica Vegete



Prethodno namočeni slanutak blago posoliti, dodati lovor te skuhati. Ječmenu kašu prije upotrebe također malo namočiti i malo prokuhati. Odvojiti malo slanutka zajedno s tekućinom u kojoj se kuhao i izmiksati. Na maslinovom ulju propirjati poriluk koji smo narezali na manje komadiće. U poriluk dodati kuhanu slanutak i ječmenu kašu zajedno s tekućinom od kuhanog slanutka. Na kraju umiješati pasirani slanutak

kako bi zgusnuli jelo, posoliti, popapriti te dodati žlicu Vegete i malo timijana. Ako imate pilećeg ili junećeg temeljca dodati prema potrebi, ako ne, onda doliti malo vode i pustiti da se svi sastojci prožmu.

Savjet: Ovo jelo možete koristiti kao samostalno jelo, ali naravno i uz različite vrste mesa. Jako je bitno da prije nego što sve namirnice stavite zajedno, pojedinačno prije skuhatе, kako se u kuhanju ne bi prekuhale.

finu inačicu omiljenog deserta. Za posebnu aromu lagano popecite bademe na tavi bez ulja. Jedan i drugi liker je moguće nadomjestiti francuskim konjakom.

- Banane i drugo svijetlo voće koje pri stajanju tamni, pokapajte limunom, kako bi zadržalo boju.
- Ukoliko za pripremu parfea koristite vaniliju, pre-

ostalu mahunu nemojte baciti, već je utisnite u šećer u prahu i na taj način aromatizirajte.

- Vjerujem da ćemo vas ovim člankom potaknuti na igranje parfe kremama, korištenju na kreativniji način i u smjelijim okusnim kombinacijama. Jer, kako i samo ime govori, bez straha, parfait je sam po sebi savršen.

OŠ LIJEPA NAŠA, TUHELJ



Najmanja škola domaćin

OŠ Lijepa naša u Tuhelju, koju pohađa svega 140 učenika, najmanja je škola domaćin Lino višebójca u sedmoj sezoni, ali to je nije spriječilo da priredi veliko događanje koje će se dugo pamtit. Svi učenici su crtali Lino medvjedića i Podravkina srca kojima su ukasili predvorje škole, osmišljavali transparente i plakate, navijali, pjevali himnu Lino višebójca. Među višebójcima je bilo glumaca i pjevača i obrnuto,

a neki odlični recitatori zaspjeli su i na sportskom polju. Na momente se činilo da je u dvorani nekoliko stotina navijača, što je razveselilo i sportske goste Mihaela Vukića, svjetskog juniorskog viceprvaka i dvostrukog juniorskog prvaka Europe u plivanju i omiljenog košarkaša Zaboka Roberta Leža.

Pobjednici: Paula Škreblin (120 bodova), Nikola Bošnjak (150 bodova)

Literarni rad: Igor Kunšt



OŠ PODTUREN

Mali Međimurci Linu ispekli medenjake

Jedina međimurska škola koja ove godine sudjeluje u Lino višebójcu, OŠ Podturen pripremila je medvjediću Linu posebnu dobrodošlicu - košaricu medenjaka u obliku medvjedića i srca. Lino je uzvratilo prelijepim događanjem koji je osim učeničkih

obogatio i srca mališana iz DV Pinokio i Tratinčica koji su gostovali na Lino višebójcu. Medvjediću su pomagali i sportski gosti - jedan od najboljih međimurskih sportaša svih vremena i nekadašnja zvijezda NK Dinamo Srečko Bogdan i vrsna golmanica RK Podravka Vegeta - Ivana Kapitanović.

Pobjednici: Klara Ovčar i Martin Dodlek (130 bodova)

Literarni rad: Lucija Andrašec



OŠ AUGUST HARAMBAŠIĆ, DONJI MIHOLJAC

Ana i Marko ostvarili rekordne pobjede

Još nikada u sedmogodišnjoj povijesti Lino višebójca dvoje učenika nije došlo u jednom natjecanju do pobjede sa 170 bodova. To je uspjelo Ani Mačković, učenici 8. razreda i Marku Jagarincu iz 5. razreda OŠ "August Harambašić" Donji Miholjac. Lino višebójac u Donjem Miholjcu, obilježio je i ogled časne Nikoline i nogometne legende Roberta Špehara koji je nekada bio prvi strijelac hrvatske i belgijske prve lige. Cijela dvorana gromkim je navijanjem popratila pogotke koje je postigla časna Ni-

kolina. Čestitke su joj uputili i David Šain, veslač okićen olimpijskim srebrom i svjetskim zlatom i rukometašica RK Podravka Vegeta Anita Gaće koja je s hrvatskom reprezentacijom sudjelovala na OI u Londonu.

Pobjednici: Ana Mačković i Marko Jagarinec (170 bodova)

Literarni rad: Sara Skok Brkić



OŠ LUČKO, ZAGREB

Dario Šimić ponovno Lino višebójac

Troje mladih, izrazito uspješnih hrvatskih sportaša gostovalo je na Lino višebójcu u OŠ Lučko u Zagrebu. To su tenisačica Ana Konjuh koja je nakon osvajanja dvije krunice na Grand Slam Turniru u Melbourneu trenutno najbolja juniorka svijeta, zatim jahačica Antea Šimleša koja je na izboru sportaša godine osvojila trofej fair play za 2012. godinu, te igrač Cibone Dario Šarić, jedan od najtalentiranijih košarkaša u Europi. Dolazak mladih, uspješnih sportaša koji predstavljaju istinske uzore oduševilo je 800

učenika OŠ Lučko koji su glasnim navijanjem, pjesmom i pljeskom popratili sve što se događalo u dvorani.

Pobjednici: Leonarda Nikić (120 bodova), Stjepan Antolić (140 bodova)

Literarni rad: Lucija Štambuk



LINO VIŠEBOJAC I PREDSTAVLJANJE
ŠKOLSKIH JELOVNIKA U OŠ MATO LOVRAC, NOVA GRADIŠKA

Super Lino sletio u Novu Gradišku

OŠ Mato Lovrak iz Nove Gradiške prošle je sezone nagrađena za najbolje maske, transparente i odlične navijače, a u ponovljenom Lino višbojcu nadmašila je samu sebe. Svi učenici i velika većina nastavnika maštovito su oslikali svoja lica, izrađeno je stotinjak šarenih transparenta, a svaki razred je ustrojen pripremio neku svoju koreografiju. U dvorani su se okupile skupine tipičnih hrvatskih u kockasto obučenih navijača, grupa rasplesanih balerina, a prvačici su pripremili posebne Lino kišobrane. U čast osnivaču Lino višbojca Zvoni Bobanu, dečki su obukli dresove Milana, cijeli 6. a pretvorio se u Podravkine kuhare, a u dvorani su s crvenim plaštevima sletjela i 24 SuperLina. Najboljima su Lino lađu i Lino pillowse uručili sportski gosti hrvač Neven Žugaj - višestruki prvak Hrvatske i dobitnik brončane medalje na Svjetskom hrvačkom prvenstvu 2011. u Istanbulu, nogometni trener Zvonimir Soldo, član hrvatske nogo-



metne reprezentacije koja je osvojila broncu na Svjetskom prvenstvu 1998. u Francuskoj i Zdenko Zorko - trener vratara hrvatske muške rukometne reprezentacije koja je nedavno osvojila broncu na svjetskom prvenstvu u Španjolskoj. Ovi vrhunski sportaši bili su pravi uzor malim višbojcima pa su oni uz bučnu podršku s tribina s puno žara i zalaganja osvajali bodove.

Pobjednici: Matea Sertić (125 bodova), Karlo Fišer (165 bodova). Literarni rad: Paulina Brnčić (J.L.)

Zdrava prehrana doprinosi i sportskom uspjehu

Uz sportsku priču u Karlovcu, Novoj Gradiški i Donjem Miholjcu uspješno je ispričana i priča o zdravoj prehrani. Učenici iz Karlovca izradili su stripove u kojima su objasnili važnost doručkovanja te voća i povrća u svakodnevnoj prehrani. Sa zanimanjem su pratili predstavljanje Podravkinog projekta o kojemu je govorila Davorka Gajari, voditeljica projekta i direktorica službe Senzorike i nutricionizma u Podravki, a potom iskušali obroke koji su predviđeni na školskim jelovnicima. Uz vegetarijansku pizzu oduševila ih je prosena kaša koju

su probali na poticaj Marija Možnika koji iznimno vodi računa o pravilnoj prehrani, baš kao i Miranda Tatari koja je poručila školarcima kako je "pravilna prehrana već u ranoj dobi izuzetno važna ne samo za postizanje kvalitetnih sportskih rezultata, već i zbog stvaranja zdravih životnih navika općenito. Upečatljive poruke o pravilnoj prehrani učenicima u Novoj Gradiški, ali i njihovim nastavnicima dali su istinski sportski uzori Zdenko Zorko, Neven Žugaj i Zvonimir Soldo. Govorili su o tome koliko je bitna kombinacija različitih namirnica, koliko je važno ne preskakati doručak, predložili im da

umjesto bijelog kruha češće jedu onaj od integralnih žitarica, a da umjesto za grickalicama radije posegnu za voćem, te da puno trče, skaču, voze bicikl i igraju se na otvorenom. Predstavljanje projekta školskih jelovnika u Donjem Miholjcu podržali su David Šain, veslač okićen olimpijskim srebrom i svjetskim zlatom i rukometašica RK Podravka Vegeta Anita Gaće koji su naglasili da zdrava prehrana ne isključuje čokoladu i slatkiše, ali da se s njima ne smije pretjerivati. I oni su pozvali škole da uz stručnu pomoć Podravke unesu promjene u školske jelovnike. (J.L.)

OŠ GRABRIK, KARLOVAC

Karlovcem potekla rijeka dječjeg veselja

Medvjedić Lino koji već sedmu sezonu unosi radost sportskog druženja u svakodnevnicu hrvatskih osnovaca, u školske klupe vratio je najbolju sportašicu Karlovca za 2012. godinu Mateju Kunović.

Treća juniorka svijeta u taekwandou, koju je HOO proglasio za sportsku nadu godine i dodijelio joj nagradu Dražen Petrović, nije morala ponovo učiti matematiku ili povijest, nego je učenicima svoje bivše škole Grabrik u Karlovcu pokazala kako se ustrajnim radom mogu postizati vrhunski sportski rezultati. Mateji su se pridružili i ponajbolji hrvatski gimnastičar Marijo Možnik, europski viceprvak 2012. godine te Miranda Tatari - kapetanica hrvatske rukometne reprezentacije i RK Podravka Vegeta što je Lino višbojac u OŠ Grabrik pretvorilo u izuzetno događanje. Poneseni Matejinim primjerom i podrškom iskusnih vrhunskih sportaša, te vrlo bučnom podrškom s tribina višbojci su se s puno žara borili za svaki bod. Činilo se kao da iz dvorane Grabrik teče nova rijeka, prepuna dječjeg smijeha i veselja.

Pobjednici: Mia Teskera (130 bodova) i Thomas Valentić (140 bodova)

Literarni rad: Katarina Kotić





Lino na premijeri

NEPUNE DVIJE GODINE NAKON PREMIJERE KOKA I DUHOVA U KINA DOLAZI ZAGONETNI DJEČAK

Na premijeri "Zagonetnog dječaka"

Nepune dvije godine nakon premijere "Koka i duhova", koji je sa 86.000 gledatelja postao jedan od najuspješnijih domaćih filmova u novijoj povijesti, u kina dolazi "Zagonetni dječak". Premijera filma koju je podržala i Podravka održana je 26. veljače u zagrebačkom CineStar Branimir centru. Starije generacije sigurno su uživale u Kokovim pustolovinama, još kada je autor Ivan Kušan njegove avanture pretočio u roman za djecu, a danas u ekraniziranom obliku pratimo glavnog junaka koji rješava novi misterij. Jesu li Koko i prijatelji dorasli novom zadatku i je li rješenje strašnije no što su pretpostavili i tko je zapravo zagonetni dječak, zanimalo je i Lina pa je zajedno sa znatiželjnim gledateljima svih uzrasta koji su do posljednjeg mjesta ispunili sve tri dvorane CineStara, pogledao premijeru filma.

Uzbudljiv, topao i humorističan film

Iako je Zagonetni dječak kao drugi film iz planirane serije od četiri detektivska nastavka s junakom Kokom, prvenstveno namijenjen dječjoj publici, premijera je jasno pokazala da su i odrasli, koji su Kokove pustolovine čitali kao školsku lektiru, s veseljem pogledali ovu napetu

priču smještenu u nostalgичne osamdesete: sama atmosfera filma, scenografija i kostimografija osigurali su im uspješan povratak u djetinjstvo. Prvi gledatelji Zagonetnog dječaka film su opisali kao uzbudljiv, ali i topao i humorističan.

Sjećanje u Lino okviru

Za još ugodniju atmosferu i uživanje u uzbudljivom filmu na sjedištima kino dvorane posjetitelje su dočekali Lino pillows i Studenac s okusom (limun grejp). Osim toga, zainteresirani su se mogli fotografirati s Linom, kako bi sa sobom ponijeli sjećanje na fotografiju u Lino okviru. Fotografiju s medvjedićem poželjeli su i glavni glumci u filmu Antonio Parać, koji je utjelovio lik Koka, Karlo Maloča, Vanja Markovinović, Toma Budanko i Filip Ružić.

Po završetku filma njegovi protagonisti i posjetitelji mogli su razmijeniti dojmove na koktel druženju. Podravkine promotori kulinarstva tu su pripremali maštovite koktele sa Studencom i Studenom u kojima su uživali i djeca i odrasli. Film Zagonetni dječak, koji na uzbudljiv način, uz puno akcije, ali i emocija promiče vrijednosti prijateljstva i zajedništva, publika može gledati u kinima diljem Hrvatske. (J.L.)

PODRAVKA JE PARTNER OVOGODIŠNJEG NATJECANJA S NAGRADNOM TEMOM LINO MIX&PLAY

Podravka partner udruzi eSTUDENT na natjecanju App Start Contest

U organizaciji udruge eSTUDENT već petu godinu održava se studentsko natjecanje App Start Contest koje okuplja više stotina talentiranih studenata različitih fakulteta diljem Hrvatske. Oni se, raspoređeni u timove, natječu u izradi programskih rješenja za popularne platforme mobilnih uređaja te za Web.

Spajanje talentiranih studenata s poslodavcima

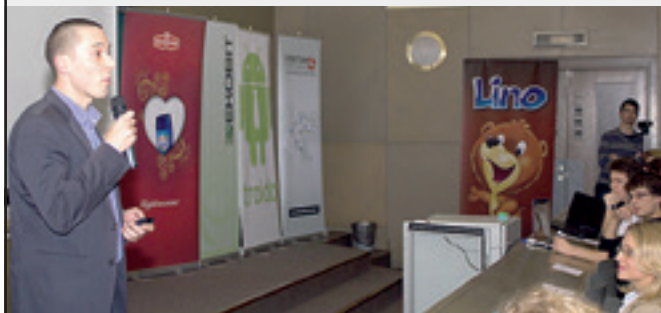
Podravka je partner ovogodišnjeg natjecanja s nagradnom temom Lino Mix&Play. Studenti će tijekom natjecanja imati prilike sudjelovati i na edukativnim predavanjima partnera, a Podravka se predstavlja zanimljivim temom Coolinarike - svojeg regionalnog kulinarskog online sjedišta. Natjecanje je odličan način za spajanje talentiranih i kreativnih studenata s potencijalnim poslodavcima te prilika da kroz predavanja, radionice i mentorstvo saznaju kako njihove ideje mogu zaživjeti u praksi.

- Osobno mi je zadovoljstvo već drugu godinu zaredom biti dio projekata u kojima surađujemo sa studentima.

Prošle godine smo s Kvinkijem bili partner projekta Studentska kreativna radionica CROPAK, a ove je godine Lino dio projekta App Start Contest na kojem Podravka surađuje s udrugom eSTUDENT. Studentima smo odlučili povjeriti zadatak izrade aplikacije za mobilne uređaje koja će biti namijenjena prvenstveno tinejdžerima. Suradujemo sa studentima jer su generacijski vrlo bliski tinejdžerima i mogu prepoznati njihove potrebe i želje.

Tinejdžeri brzo usvajaju trendove

Tinejdžeri su generacija koja vrlo brzo usvaja trendove, ali ih isto tako velikom brzinom i mijenja. Kao ciljna skupina su vrlo zahtjevni na općini toj razini što se manifestira kroz široku heterogenost interesa. Međutim, nama su vrlo bitni radi dugoročnog zadržavanja afiniteta prema brandu Lino. Zato se u ovoj godini značajnije fokusiramo na projekte usmjerene prema tinejdžerima, rekao je direktor marketinga Dječja hrana, žitarice i kremni namazi Vedran Kelek. (J.L.)



LINO OD DOLCELA MUFFINSA

Podravka na inGa sajmu

U sklopu inGa sajma održano je kulinarско natjecanje Cro Top

Dolceline torte i muffinsi, palačinke s Lino ladom i Podravka čaj te promotivne aktivnosti Podravkinih stručnjaka za kulinarstvo Mišela Tokića, Zlatka Sedlanića, Marka Perasa i Zorana Delića obogatili su gastronomске sadržaje sajma inGa održanog u veljači u Zagrebu.

U suradnji s Hrvatskim kuharskim savezom i Zagrebačkim velesajmom Podravka je organizirala kulinarске radionice na kojima su posjetiteljima predstavljene prednosti pripreme jela i slastica s Podravkinim proizvodima kao što su Fant ekstra hrskava mješavina za pohanje, Fant za pečenje, Muffinsi i Vafli. Veliku pažnju posjetitelja izazvalo je ukrašavanje Dolcela torti koje su izradili Podravkini promotori kulinarstva, a uz pomoć

članova Slastičarske sekcije HKS završni izgled darovali su im natjecatelji koji su za svoju maštovitost i kreativnosti primili vrijedne nagrade. No najviše zanimanja izazvala je izrada medvjedića Lina od Dolcela muffinsa za što je utrošeno čak 1300 kolačića. Promotorima kulinarstva pomagali su i posjetitelji sajma, posebice oni najmlađi, koji su po završetku slatke skulpture u slast pojeli njene dijelove.

Iznimno velik interes posjetitelja

Prema riječima Dražena Đuriševića voditelja kulinarstva Podravke koji je zajedno s predsjednikom HKS Damirom Crlenijem koordinirao zajedničke promotivne aktivnosti, interes posjetitelja za aktivnim sudjelovanjem

bio je izrazito velik. Djeca su se čak pridružila promotorima u mazanju palačinki s Lino ladom i marmeladom, a za degustaciju novih Podravka čajeva priređenu u sklopu prezentacije autohtonih jela grada Zagreba, Zagrebačke i Varaždinske županije čekalo se u redu. U sklopu inGa sajma održano je kulinarско natjecanje Cro Top 10 koje je okupilo po pet prvoplasiranih kuhara s državnog prvenstva i kuharskog kupa. Oni su se ogledali u pripremi raznih jela koja su zahvaljujući nagradnoj igri Podravke mogli kušati i posjetitelji. Na ovom prestižnom natjecanju pobijedila je Rozalija Neralić iz zagrebačkog Studentskog centra kojoj je uz ostalo pripala i nagrada Podravke.

(J.L.)



DOLCELA PROMOTIVNE
AKTIVNOSTI ZA USKRS NA TRŽIŠTU
HRVATSKE - "SLATKA KOLEKCIJA
PROLJEĆE/LJETO"

Zanosne slastice uz Dolcelu

Dolcela i ove godine uoči Uskrsa priprema atraktivne promotivne aktivnosti. Stoga, Podravka i Dolcela pozivaju sve potrošače da osmisle svoju novu proljetnu kolekciju slastica uz pomoć omiljenih Dolcela okusa te uživaju u njima u vrijeme uskršnjih blagdana, ali i tijekom cijelog proljeća.

Naši potrošači mogu u svoju vlastitu Dolcela slatku kolekciju proljeće/ljeto unijeti ljubav, kreativnost i vrijeme te uživati u finom okusu moderne, zabavne, elegantne i zanosne Dolcela slastice.

Slatka kolekcija u novoj knjižici receptata

Nova slatka kolekcija bit će predstavljena našim potrošačima u novoj knjižici receptata koja će biti dostupna na 130 prodajnih mjesta u Hrvatskoj. Osim knjižica receptata pripremili smo i druge poklone: Dolcela krpe, pregače, silkonske rukavice i zvono za kolače, koje će potrošači moći dobiti za kupnju Dolcela i drugih Podravkinih proizvoda u akciji.

Na prodajnim mjestima Dolcela proizvodi i drugi Podravka proizvodi namijenjeni pripremi slastica, bit će posebno izloženi na dodatnim pozicijama pa tako dostupniji i vidljiviji našim potrošačima. Osim aktivnosti na prodajnim mjestima, tijekom ožujka emitira se Dolcela TV spot na svim nacionalnim TV postajama, provode se aktivnosti na Podravkinim web stranicama te drugim društvenim stranicama poput Coolinarike Facebooka.

Dolcela Slatki dodir fantazije!



Jelovnik

11.3. - 15.3.2013.

PONEDJELJAK

Varivo grah s kiselim
zeljem, suha rebra

UTORAK

Pileći paprikaš, tijesto,
salata

SRIJEDA

Pečena svinjetina, krpice
sa zeljem, salata

ČETVRTAK

Junetina sa šampinjonima,
kukuruzni žganci, salata

PETAK

Pohani oslić, krumpir
slani, salata

18.3. - 22.3.2013.

PONEDJELJAK

Vojnički grah, salata

UTORAK

Pureći paprikaš, riža sa
šampinjonima, salata

SRIJEDA

Pohana svinjetina,
krumpir dinstani, salata

ČETVRTAK

Pečena piletina, hajdinska
kaša, salata

PETAK

Prženi oslić, kelj na lešo,
salata

25.3. - 29.3.2013.

PONEDJELJAK

Varivo grah s kiselim
repom, hamburger

UTORAK

Svinjetina u grašku, tijesto,
salata

SRIJEDA

Pečenje štefani, restani
grah, salata

ČETVRTAK

Pečenica, varivo špinat,
pire krumpir

PETAK

Pohani oslić, krumpir
slani, salata

Oglas za prodaju rashodovanih vozila

Na osnovi statuta poduzeća Podravka d.d. objavljuje se prodaja rashodovanog motornog vozila putem

JAVNE PRODAJE - ZATVORENIM PONUDAMA

Dana 12.03.2013. g. u prostorijama Vanjskog transporta, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica u 12.00 sati. Ponude se primaju do 11.30 sati uplatom na račun PODRAVSKA BANKA D.D KOPRIVNICA HR16 2386 0021 1005 0775 9 S POZIVOM NA BROJ 259000

Red. br.	Marka i tip vozila	Vrsta vozila	Inv. br.	God. proiz.	Stanje vozila	Početna cijena kn
1.	IVECO DAILY 35.10	Kombi-furgon	612438	2000	Ispravno	9.500,00

Vozilo se može razgledati 12.03.2013. u dvorištu V. transporta, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica (Milan Kuparić) od 8.00 do 11.00 sati. Pravo nadmetanja imaju sve pravne i fizičke osobe koje uplate jamčevinu u iznosu 10% početne cijene. Vozila se prodaju po načelu <VIĐENO-KUPLJENO> bez prava na naknadne reklamacije.

Porez i sve troškove prijenosa snosi kupac (25%). Kupac koji je u nadmetanju kupio vozilo, dužan je isto platiti i preuzeti u roku tri dana od održanog nadmetanja. Nakon toga roka, a u slučaju da kupac odustane od kupnje, gubi pravo na povrat jamčevine.

Obavijest o prodaji mesa Danice d.o.o.

Odjel prigodne prodaje organizira prodaju mesa, te proizvoda od mesa proizvođača Danica d.o.o., uz mogućnost plaćanja na tri rate. Na ponudi su sljedeći proizvodi:

Uskršnji program:

- Dimljena rolana šunka VP (1,4 - 1,7 kg) po cijeni od 53,50 kn/kg
- Dimljena rolana lopatica VP (1,8 - 2,2 kg) po cijeni od 42,50 kn/kg
- Dimljeni svinjski vrat BK VP (1,8 - 2,8 kg) po cijeni od 55,63 kn/kg
- Dimljena lopatica s kostima SK VP (4 - 5 kg) po cijeni od 34,50 kn/kg

Smrznuti program:

- Danburger, pakiranje 3 kg - 137,81 kn/pakiranje

- Danburger, Vegeta Twist pakiranje 4 kg - 138,66 kn/pakiranje
- Dansteak, pakiranje 2,94 kg - 119,75 kn/pakiranje
- Čevapčići, pakiranje 3 kg - 146,74 kn/pakiranje
- Pljeskavica, pakiranje 3 kg - 135,69 kn/pakiranje

Zainteresirani radnici mogu se predbiti najkasnije do 21.03. na tel 651 781 ili 651 954 i na e mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

Podjela proizvoda Danice odvijat će se 28.03. od 14.00 do 15.30 sati ispred skladišta 163, Kolodvorska (preko puta dvorišta Galantpleta).

Obavijest o prodaji sireva

Odjel prigodne prodaje organizira prodaju sireva, proizvođača Vindije d.d. uz mogućnost plaćanja na tri rate. Na ponudi su sljedeći proizvodi:

- VARAŽDINEC (1600 - 1800 g) po cijeni 45,00 kn/kg
- GOUDA cca 800 g po cijeni 45,00 kn/kg
- TILZIT cca 800 g po cijeni 45,00 kn/kg
- EDAMAC cca 800 g po cijeni 45,00 kn/kg
- VARAŽDINSKI TRAPIST cca 1,3 kg po cijeni 52,50 kn/kg

- GRABANCIJAŠ, masni sir od kravljeg mlijeka u salamuri 1 kg po cijeni od 45,00 kn/pakiranje
- Zainteresirani radnici mogu se predbiti najkasnije do 21.03. na tel 651 781 ili 651 954 i na e-mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

Podjela sireva odvijat će se 27. 03. od 14.00 do 15. 30 sati ispred skladišta 163, Kolodvorska (preko puta dvorišta Galantpleta).

Obavijest o prodaji ribe

Odjel prigodne prodaje organizira prodaju r i b e, uz mogućnost plaćanja na tri rate. Na ponudi su sljedeći proizvodi:

- Lignja patagonica cijela (nečišćena), pakiranje 3 kg - 105,00 kn /pakiranje
- Oslić bez glave, pakiranje 3 kg - 95,70 kn /pakiranje
- File oslića, pakiranje 3 kg - 135,00 kn /pakiranje
- Škarpina bez glave, pakiranje 3 kg - 165,00 kn /pakiranje
- Skuša, pakiranje 3 kg - 83,70 kn /pakiranje
- Papalina, pakiranje 5 kg - 70,00 kn /pakiranje
- Panirani kolutići lignje, pakiranje 3 kg - 112,50 kn/pakiranje
- Morski pas odrezak, pakiranje 3 kg - 95,70 kn/pakiranje
- Plodovi mora, pakiranje 3 kg - 159,00 kn/pakiranje
- Panirani riblji štapići, pakiranje 3 kg - 96,00 kn/pakiranje

- Panirano meso raka, pakiranje 3 kg - 133,50 kn/pakiranje
- File soma smrznuti I klasa, pakiranje 3 kg - 147,00 kn/pakiranje
- File soma smrznuti III klasa, pakiranje 3 kg - 90,00 kn/pakiranje
- Pastrva, svježa, domaća, pakiranje 3 kg - 114,00 kn/pakiranje
- Šaran, svježi, 5 kg i više - 29,90 kn / kg
- Tolstolobik, svježi, 5 kg i više - 16,00 kn / kg
- Amur, svježi, 5 kg i više - 24,99 kn / kg

Zainteresirani radnici mogu se predbiti najkasnije do 21.03. na tel 651 781 ili 651 954 i na e mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

Podjela ribe odvijat će se 27.03. od 14.00 do 15. 30 sati ispred skladišta 163, Kolodvorska (preko puta dvorišta Galantpleta).

SRIJEMSKI HRVATI POKAZALI
BOGATSTVO SVOJE KULTURE I
TRADICIJE

Podravka podržala okupljanje Hrvata iz Srijema, Bačke i Banata

Da su ljudi iz Srijema, Bačke i Banata vrlo srdačni i gostoljubivi, najbolje su osjetili gosti u novigradskoj Sportskoj dvorani, gdje se okupilo nekoliko stotina protjeranih Hrvata iz Srijema, Bačke i Banata te njihovih prijatelja i na tradicionalnoj manifestaciji "Srijemska svinjokolja". Tu se je moglo u obilnim količinama kušati čvarci, kobasice, krvavice, hladnetina, kolinjsko zelje... Pripreme za ovu gastronomsku manifestaciju počele su od jutarnjih sati, jer je za više od 400 gostiju, pripremljeno 60 kilograma kobasica, 20 kilograma čvaraka i još 60 kilograma krvavica, švargla i ostalih mesnih delicija.

Podravkine začini u mesnim specijalitetima

- U pripremi naših specijaliteta koristili su se isključivo Podravkine začini, jer Podravka sve ove godine od kada djeluje Zajednica uvijek pokazuje veliko srce prema nama kroz brojne donacije. I ove godine, bez obzira na krizu, Podravka nam je uvelike pomogla da uspješno organiziramo ovu priredbu i zato joj od srca hvala - rekao je predsjednik Ogranka Koprivnica Josip Špehar, dodavši kako u Novigradu Podravskom živi 11 obitelji iz Srijema dok u našoj županiji ih ima oko 250. Tom manifestacijom, sedmoj po redu, protjerani Hrvati iz tih krajeva autohtonom gastronomijom čuvaju svoj duhovni, nacionalni i kulturološki identitet te kroz međusobne susrete iskazuju trajno zajedništvo. Uz to, pokazali su bogatstvo svoje kulture i tradicije te običaja koje su naraštajima stvarali i njegovali u burnim stoljećima provedenim u širokoj srijemskoj ravnici, ali i povijesnu odgovornost u čuvanju tradicije i običaja. (B.F.)



PROGLAŠENI NAJBOLJI SPORTAŠI KOPRIVNICE I KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE U 2012. GODINI

Miranda Tatari i RK Podravka Vegeta najbolji u gradu i županiji



Proglašenje sportaša Koprivničko-križevačke županije

Miranda Tatari, kapetanica RK Podravka Vegeta i hrvatske rukometne reprezentacije koja je sudjelovala na Olimpijskim igrama u Londonu okitila se s dvije titule - proglašena je za najbolju sportašicu Koprivnice i najbolju sportašicu Koprivničko-križevačke županije u 2012. godini. Iste nagrade, ali u ekipnoj kategoriji pripale su i njenom matičnom klubu, a premoć koprivničkog rukometnog prvligaša na ovim prostorima potvrdila je Županijska zajednica sportova i izborom Nevena Hrupeca za trenera godine.

U ostalim kategorijama sportaša glasači gradske Zajednice sportskih udruga razlikovali su se u odabiru. Sportaš godine grada Koprivnice je hrvac Podravke Sandro Frankol, dok je u županiji ovaj naslov pripao Danijelu Miklečiću Fitness klub Body fit Križevci. Najbolja momčad Koprivnice je NK Slaven Belupo, a županije Seniorska ekipa Ronilačkog kluba Šoderica. Za najperspektivniju sportašicu grada proglašena je rukometašica Podravka Vegete Sara Šenvald, a županije Ela Šimunčić Atletski klub Križevci.

U konkurenciji mladih sportaša u Koprivnici je prevagu odnio mladi brat Sandra Frankola, daroviti hrvac Filip, a županijska titula pripala je Leonardu Ravnjaku iz Boks klub David.

Kod sportaša s invaliditetom županijska priznanja za rezultate u 2012. dobili su Božica Markovica (Športska udruga tjelesnih invalida Đurđevac), Ivan Šimatović (Kuglački klub osoba s invaliditetom Đurđevac), ženska ekipa Športske udruge tjelesnih invalida Đurđevac i Kuglački klub osoba s invaliditetom Đurđevac. U

Koprivnici pak najbolji sportaš s invaliditetom je kuglač Vlado Grošanić, a ekipa klub Latica.

Posebno županijsko priznanje za sportska postignuća u 2012. godini primila je mlađa kadetska ekipa ŽKK Podravac Virje za osvojeno 1. mjesto na Prvenstvu Hrvatske.

Prema tradiciji uručene su i nagrade za postignuća u sportu koja je u Koprivnici pripala svestranom sportašu i treneru Miljenku Vuliću, a u županiji višegodišnjem vrijednom sportskom djelatniku i treneru Krešimiru Vrhociju. (J.L.)



Proglašenje sportaša grada Koprivnice

OSVAJAČI MNOGOBROJNIH POKALA, PRIZNANJA,
PRVENSTVA I KUPOVA

Više od 50 godina ribolovne tradicije Podravke

**Jedna od aktivnijih članica društva bila je i prof.
Zlata Bartl po kojoj se i zove ribolovni Kup
kojega organizira Podravkino ribolovno društvo**

Široj javnosti manje je poznato kako je 5. veljače 1962. godine u prostoru tadašnje društvene prehrane Podravke održana osnivačka skupština Sportskog ribolovnog društva Podravka. Osnivači društva bili su: Ivan Šegrc, Mato Baričević, Vlado Borščak, Ivan Štrkalj, Stjepan Huzjak, Drago Kolarić, Ivan Vrtić, Ivan Srbiš, Franjo Žic, Izidor Popijač, Josip Blažek, Stjepan Štefanec, Marija Mežnarić, Kazimir Baričević i Josip Čožo.

Od tadašnja 44 člana, kroz društvo je u ovih 51 godinu prošao veliki broj naraštaja Podravkinih ribolovaca pa se tako unatrag desetak godina broj članova ustabilio na više od stotinjak godišnje. Valja naglasiti kako je od prvog dana jedna od aktivnijih članica društva bila i Podravkina omiljena profesorica Zlata Bartl po kojoj se i ribolovni Kup kojega organizira Podravkino ribolovno društvo i zove. U bogatoj tradiciji društva seniori, seniorke te kadeti bili su osvajači mnogobrojnih pokala, priznanja, prvenstva i kupova.

- Na žalost, prošle godine društvo je imalo 50 godina,

ali zbog financijskih okolnosti nismo bili u prilici organizirati prigodnu "feštu" jer Podravka koja od prvoga dana pomaže nas ribolovce, nije se prošle godine uspjela financijski uključiti, ali bez obzira na to, smatram da je ovo društvo bogate tradicije koje je svojim radom dostojno pronosilo i dalje će pronositi ime Podravka. Svi znamo da je kriza, novaca nema, ali mi i dalje funkcioniramo u skladu s mogućnostima. I ove godine ćemo organizirati Memorijalni kup Zlata Bartl, 47. po redu, uređivat ćemo oko našeg doma i ribolovne staze na Šoderici, pokušati izboriti što bolju poziciju u trećoj ligi natjecanja itd., ističe predsjednik Sportskog ribolovnog društva Podravka Darko Rakić.

Sve u svemu, ribolovci Podravke naraštajima dokazuju da ljubav prema prirodi i samo ribičima poznatom osjećaju pripadnosti njoj su osnovni pokretači uspješnosti društva i bogate tradicije koju su stvarali naraštaji Podravkinih ribolovaca.

(B.F.)



Ribolovci "u akciji"

10. MEĐUNARODNI TURNIR ZLATNI PIJETAO

Hrvačima Podravke osam odličja

U organizaciji Hrvackog kluba Podravka održan je 10. Međunarodni turnir Zlatni pijetao na kojemu je nastupilo oko 300 hrvača, od čega 41 djevojčica. Svoje predstavnike na turniru imalo je 29 klubova iz sedam država (Mađarska, Češka, Slovačka, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Srbija i Hrvatska). U ekipnom plasmanu klubova prvo mjesto osvojio je zagrebački Metalac sa 64 boda, Podravka je druga s 50,5 bodova, dok je treće mjesto pripalo varaždinskoj Vindiji sa 46 bodova.

**Podravkinci hrvači
nastavljaju tradiciju
uspjeha**

Najboljim mlađim dječakom proglašen je Andras Jarafas (Kaposvar, Mađarska), a najbolji stariji dječak je Gergely Bursoly (Gabčikovo, Slovačka). Najuspješnijim domaćim hrvačem proglašen je Podravkaš Filip Verčević. Trofej "Inducta ++" za najatraktivnijeg hrvača turnira pripao je Nikoli Horvatu, također iz Podravke. Uz Verčevića i Horvata za Podravku je zlato u svojoj kategoriji

osvojio i Ivan Špernjak. Srebrne medalje osvojili su Srdan i Stefan Ostoić, dok su bronce osvojili Luka Zobec, Luka Erak i Valentina Belušić. Dakle, sa osam osvojenih medalja, hrvači Podravke i dalje nastavljaju lijepu tradiciju uspješnosti na Međunarodnom turniru Zlatni pijetao.

(B.F.)



Plakete za životno djelo ŠŠK Podravka

Tridesetak šahista nastupilo je na tradicionalnom seniorskom prvenstvu županije u šahu u Koprivnici. I ove godine uvjerljivi pobjednik bio je nositelj 1. ploče juniorske reprezentacije Hrvatske Jurica Srbiš. Iznenadenje turnira bio je talentirani junior Marko Sokač na 2. mjestu, dok je 3. pripalo Mladenu Vrbanu. Usporedno s natjecanjem, na svečanoj skupštini ŠŠK Podravka i ŠŠK Koprivni-

ca dodijeljene su plakete istaknutim članovima za životno djelo u razvoju šaha grada Koprivnice. Plaketu je dobio Vlatko Hrubec Dado - majstorski kandidat, igrač i dugogodišnji predsjednik kluba, Pavao Keglević Kegla, Fide majstor i prvi velemaistor dopisnog šaha na prostoru bivše Jugoslavije te Stjepan Vrbanić Štef, Fide majstor i međunarodni šahovski sudac.

(H.M.)

Kako se zove mužjak ose? - Osi-gurač



Kako se zove Batmanov sin? - Kinderbet



Kako se na engleskom kaže Dražem Zečić? - Hunny Bunny



Koje je najvažnije pitanje za siguran seks? - Kad ti se vraća muž?



Koja je viagra najbolja? - Tuđa žena



Koja je najgora kombinacija lijekova? - Viagra i Apaurin. -Seksao bi se, a ne da ti se.



Kako se kaže Hello Kitty na bosanskom? Će si, ba, maco.

Kako Zagorci nazivaju hobotnicu? Riba s korenjem.



Kako u Srbiji zovu mladunče od deve? - Kamilica



Kako se zove mobilni telefon napravljen od drveta? - Pino-kia.



Kako u Zagorju zovu Georga Busha? - Joža Grmek.



Kako se na japanskom kaže impotencija? - Jao pao



Kako možeš prepoznati kratkovidnog ginekologa? - Ima mokar nos.



Što zajedničko imaju klitoris, godišnjica braka i wc? - Muškarci ih uvijek promaše.

Što je to 100 zuba i jaja? - Kro-kodil. A što je to 100 jaja i 2 zuba? - Starački dom.



Zašto u Kini nema komaraca? - Svaki je Kinez ubio svog.



Citat godine pripada dobitniku Nobelove nagrade za medicinu, Drauzio Varellu, brazilskom onkologu:

"U današnje doba se pet puta više investira u medikamente za mušku potenciju i silikone za žene, nego za liječenje Alzheimerove bolesti. Tako ćemo za par godina imati babe sa ogromnim sisama i dede s tvrdim penisom, ali se nijedan od njih neće sjećati zašto je to dobro i čemu služi."



Psihijatar u SAD vodi grupnu terapiju s četiri mlade majke i njihovom djecom. Vi sve ima-

te opsesije, primijeti on. Obrati se prvoj majci:

Vi ste opsjednuti hranom, svoju kćer ste nazvali Candy.

Okrene se ka drugoj:

Vaša opsesija je novac, čak ste i kćer nazvali Penny.

Okrene se trećoj:

Vaša opsesija je alkohol, zato je ime Vašeg djeteta Brandy.

U tom trenutku četvrta se majka diže, uzima sina za ruku i kaže:

Hajde Dick, idemo...



Sretnu se Mujo i Haso.

- Kako si bolan Mujo?

- Nije dobro. Umro mi babo, bona na samrti.

- Pa ima li bolan što pozitivno kod tebe?

- Ima. Fata je HIV-pozitivna.



Upucava se Mujo Fati:

- Nisam Sulejman, ali imam veličanstvenog!

OPET SAM DOBIO SAMO SEZONSKI POSAO!
DO PRVOG ZATOPLJENJA!



Čestitamo Zvezdani!

Čestitamo Zvezdani Valeš, koja je u prošlom broju lista "Podravka" uspješno odgonetnula pojam iz križaljke i imala najviše sreće u nagradnom izvlačenju, koje je nadgledala tročlana komisija iz sektora Korporativne i marketinške komunikacije. Točan odgovor iz prošlog broja glasilo je "ŠLAGPJENA", a vi nam i dalje šaljite nagradne pojmove na priloženom kuponu do 18. ožujka. Naša adresa je List Podravka, Kolodvorska bb, s naznakom **ZA NAGRADNU KRIŽALJKU**. Ime novog dobitnika objavit ćemo u sljedećem broju lista Podravka, u kojem vas očekuje nova križaljka i novi Podravkin poklon paket najsretnijem od vas.

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

Podravka, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica
Ante Starčevića 32
48000 Koprivnica
Tel. 048/651-505
e: novine@podravka.hr
List "Podravka" čitajte i na www.podravka.com

Za izdavača:

Korporativne i marketinške komunikacije
Redakcija lista: Boris Fabijanec, Berislav Godek, Jadranka Lakuš, Ines Lukač
Lektura: Ivana Korošec Vujica
Naklada: 6.000 primjeraka
Dizajn i grafička priprema: Skin29
Tisak: Printera

PETAR	ENGLJSKO KRALJEVSTVO	PRIČUVA	UNITED STATES OIL	STOLNO-TENISKI KLUB	ŠAŠAV, BEDAST	IRO OD MILJA	BRITANSKI GLAZBENIK STEVENS	ŽENE KOJE PRAVE ANALIZU	
????? ???									IZUMITELJI, INOVATORI
UGOSTITELJSKI LOKALI									BISER JADRANA
PRETUMBANO, ISPREVRTANO									ENESOVA IMENJACA
TELUR							ŠPANJOLSKI PJSNIK DE VEGA		
ZEMLIŠNA MJERA							SLIKAR GENERALIĆ		
NADA VUČKOVIĆ							OČEVI		
SARAJEVO							NESRETN ODIJETE I GRČKOG MITA		
KELVIN		BITI IZLOŽEN STRADANJU					GRUBA TKANINA		
KEC			DIO KOPRIVNICE				ŠARENA PAPIGA		RIMSKI BOG VATRE I KOVAČKOG UMIJEĆA
ZAGREBAČKI TEATAR				NEKAD VRSTA CIGARETE			RIJEKA		VOLT BIVŠA PREMIJERKA KOSOR
ZIMSKA OBORINA					JENNIFER LOPEZ		KALIJEVI LJUDI KOJI RADE NA ELEKTRI	KRATICA ZA JUVENTUS PJEVAČ DRELE	
DRVENA PLOČA						OTAC IKAROV REALNOST			
IZDAVAČI							ROBBIE DOK KLUB TETKIN MUŽ		
PATKA					PERZUSKA KRALJICA ETAŽA				
TENISAČICA MAJOLI				"ŠEF" NA BRODU GOLMAN VLADIMIR					
OSOBNA ZAMJENICA			PLESAČ BALETA JAKA DROGA						
SPORTAŠICA KOJA SE BAVI ATLETIKOM									
GLUMICA MIRANDA					APETIT ŽENSKO IME ENIE			ALUMINIJEVI GLUMICA DEREK	
		TOKAR KOJI DREJE					BELGIJA LITRA		KALIJEVI PORTUGAL
			AFRIČKA ŽIVOTINJA						

Nagradni pojam: _____

Ime i prezime: _____

Radna cjelina: _____

A pobjednik je...



Marka broj 1 u Hrvatskoj!

Potvrdili potrošači*

*Rezultati Brand puls istraživanja agencije Ipsos Puls provedenog u Hrvatskoj na uzorku od 4.000 ljudi za 2012. godinu.



www.podravka.hr
www.vegeta.hr