

PODRAVKA

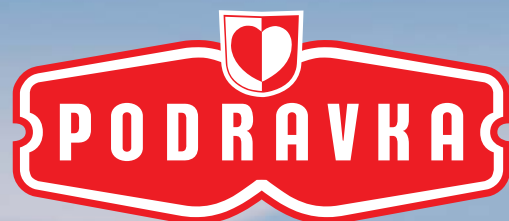


Nova generacija pripravnika

Podravkine korporativne vrijednosti

Coolinarika - deset godina s vama

Novo!



Podravka Zimska i Krepka juha
– okrjepa u zimskim danima...

Od srca srcu

www.podravka.com

Sadržaj

4. - 5. Nova generacija pripravnika



6. - 9. Podravkine korporativne vrijednosti

10.-11. Vijesti - rast neto dobiti

12.-13. Razgovor: Ivan Galović

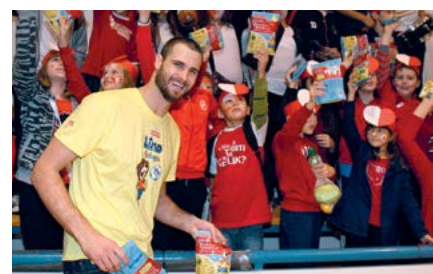
14.-15. Vijesti - poznati u akciji



16.-20. Novi proizvodi

21.-23. Vijesti - najbolji kuhari

24.-25. Lino Višebojac



26. Vijesti - DDK Podravka



27. EU Desk

28. Susret - Radomir Bašić Bašo

29. Hobi - Snježana Nemec

30.-31. Coolinarika - 10g s Vama

32. Vijesti - kraljevska večera

33. Jelovnik i obavijesti

34. Vijesti - stručni seminari

35. Kultura - KUD Srce



36.-37. Sport - Mladen Frančić

38. Feferon

39. Križaljka

Poštovane Podravkašice i Podravkaši,

pred vama je novi redizajnirani broj naših novina kojim smo htjeli biti moderniji, informativniji te popratiti što više događanja koja se gotovo svakodnevno događaju u i oko Podravke. Koliko smo u tome uspjeli, prosudite sami. No, htjeli bi naglasiti kako za kvalitetno praćenje događanja bi trebao vrijediti princip dvosmjernosti te još bolja suradnja sa svim sektorima i službama u Podravki te koristimo i ovu priliku da pozovemo sve radnike Podravke na suradnju te da svi skupa zajednički doprinosimo boljoj informiranosti našeg koncerna.

Iako je nezahvalno posebno izdvajati događaje koji su obilježili proteklo razdoblje, od prošlog broja naših novina do danas, ipak moramo naglasiti kako je lijepo bilo primiti novu generaciju pripravnika koji su, kao što je rečeno na predstavljanju, zalog svijetle budućnosti Podravke. Dakle, naša tvrtka ne otpušta samo radnike, već ih i prima, a pred našim mladim stručnjacima je razdoblje u kojemu se moraju dokazati i pokazati što umiju i znaju te kako unaprijediti daljnje poslovanje Podravke. A kada već pišemo o poslovanju naše tvrtke nije naodmet naglasiti kako bilježimo vrlo dobre poslovne rezultate u prvih devet mjeseci ove godine. Neto dobit je 136,6 milijuna kuna. Taj poslovni rezultat zaista ima težinu, posebice kada više nego dobro znamo u kakvom gospodarskom okruženju živimo i radimo.

Jeste li znali da početkom ove godine formiran Lanac opskrbe upravlja sa 60 do 80 posto troškova kompanije? To i puno više o funkcionalnosti nove organizacije nabave, proizvodnje, logistike i prodaje možete saznati u razgovoru s direktorom Lanca opskrbe Ivanom Galovićem, stručnjakom velikog internacionalnog iskustva.

Ima u ovom broju novina još brdo toga – od Podravkinih korporativnih vrijednosti, novih proizvoda, susreta s radnicima, deseti rođendan Coolinarike pa sve do nezaobilaznog Feferona i križaljke. Uživajte. (Uredništvo)

Druga SHAPE generacija pripravnika u Podravki

Visokomotivirani pripravnici zalog budućnosti

Nova vrijednost, znanje i kreativnost

Nakon što je prošle godine tridesetak mladih, visokoobrazovanih ljudi svoje prvo radno mjesto pronašlo u Podravki, dobrodošlica u kompaniju organizirana je za novu generaciju pripravnika.

Bogat cjelodnevni program za obje SHAPE generacije pripravnika, održan je 4. studenoga u Podravki u organizaciji Upravljanja ljudskim potencijalima.

Program koji je na jednom mjestu okupio Upravu Podravke, izvršni management, dvije generacije pripravnika i njihove mentore, započeo je pozdravnim riječima predsjednika Uprave Podravke Zvonimira Mršića, koji je pripravicima savjetovao da prihvate sve što će im kompanija ponuditi te da iskoriste golemo znanje i iskustvo akumulirano u Podravki:

Dobili ste priliku raditi u kompaniji u kojoj je veliko znanje, veliko iskustvo i veliko srce, a vi ćete svojim dolaskom unijeti novu vrijednost, znanje i kreativnost, upravo poput vaših prethodnika.

Vjerujemo da ćete doprinijeti da zajedno budemo bolji i konkurentniji kako bismo bili među najuspješnijima na globalnom tržištu, na kojemu se svakodnevno borimo za naklonost potrošača.

Od 400 kandidata 21 je dobio priliku

Zapošljavanjem prve generacije pripravnika SHAPE 2012. godine dokazali smo da se isplati ulagati u izvrsnost i da je upravo to najispla-

tiviji put jer je investicija u zalag budućnosti, rekla je direktorica Upravljanja ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić-Dujnić, zahvalivši na uloženom trudu, vremenu, energiji i znanju, a time i trajnom doprinosu kompaniji i široj društvenoj zajednici:

- Između 400 kandidata, njih 21 od danas dobiva priliku iskazati se u Podravki. Prihvatite sve prilike i izazove, zadržite duh entuzijazma i ostvarite potencijale zbog kojih ste ovdje i vjerujem da ćete biti jednako uspješni kao i vaši prethodnici, poželjela je Maltarić-Dujnić.

Pripravnici izrazili svoju kreativnost

Kako bi se što ugodnije osjećali prvog dana na novom radnom mjestu, mogli su čuti iskustva svojih prethodnika koji su i pripremili prezentacije zadataka na kojima su radili u okviru Općeg programa pripravnika.

- Željeli smo omogućiti pripravicima da se upoznaju, zajedno uče, međusobno surađuju, dogovaraju i izraze svoju kreativnost, ali isto tako da daju svoj doprinos kompaniji i zajednici u kojoj djelujemo. Izuzetno smo zadovoljni njihovim rješenjima koji dokazuju visoku motiviranost i zalaganje, rekla je voditeljica odjela Edukacije i razvoj Tatjana Jukić, predstavivši zadatke u kojima je svoju kreativnost izrazila prva SHAPE generacija. Radeći u timovima, SHAPEovci su ponudili nekoliko rješenja za unapređenje poslovanja. Riječ je o rješenjima: Internet podmodul Studenti, Izrada seminarskih i završnih radova, Stručna praksa, Poslovni rječnik i Korporativno volontiranje. Unutar projekta Korporativno volontiranje predstavljena su i tri projekta čija je realizacija u planu krajem ove i početkom sljedeće godine.



Proglašeni najuspješniji pripravnici i mentori

Svaki je pripravnik iz nove generacije dobio priliku predstaviti se osobno, a Tatjana Jukić upoznala ih je s pripravičkim programom koji ih očekuje. Tijekom deset mjeseci programa koji obuhvaća specijalistički, opći i edukativni dio pripravičkog programa, očekuju ih faze upoznavanja, učenja, osamostaljivanja i u konačnosti završnog ispita. Proglašenjem najuspješnijih pripravnika i mentora okončan je središnji dio programa.

Budući da su se SHAPEovci iskazali svojom proaktivnošću i izvrsnošću, iznimno je težak zadatak bio odlučiti se za najboljeg pa je učinjena iznimka

i predsjednik Uprave Zvonimir Mršić uručio je posebna priznanja čak troje pripravnika prve generacije i njihovim mentorima.

Priznanje „Naj pripravnik“ dobili su Katarina Rimac, Marko Radmanić i Goran Plahinek, a „Naj mentorima“ proglašeni su voditeljica poslova u sektoru Tržište JI Europe Snježana Udorović, direktor službe Upravljanje investicijama Goran Čisar i direktorica službe Obračun plaća Gordana Dragović. Događaj je upotpunjen, između ostalog, gostovanjem alpinista, putopisca redatelja i člana Gorske službe spašavanja Stipe Božića koji je istaknuo kako su mu putovanja nezamisliva bez proizvoda Podravke. Iz njegovog su bogatog životnog iskustva i vrhunskih uspjeha novi zaposlenici imali

priliku puno naučiti te dobiti inspiraciju primjenjivu i u poslovnom okruženju. Tim iz Upravljanja ljudskim potencijalima s pripravicima obje gene-

racije organizirao je team building aktivnost kojom se nova generacija pripravnika na zanimljiv način upoznala s asortimanom Podravkinih proizvoda.(I.L.)



Vrijednosti daju identitet našoj kompaniji

Naša kultura je naš brand



Vrijednosti daju identitet našoj kompaniji, usmjeravaju nas da budemo bolji u onome što radimo, osnažuju nas pri donošenju odluka, pružaju nam okvire prilikom odlučivanja i upravljanja ljudima i procesima, jasno postavljaju očekivanja od zaposlenika i ukazuju na probleme s kojima se suočavamo. Poznata kao kompanija kojoj je jedan od važnih ciljeva skrb o zaposlenicima, Podravka je svoje zaposlenike odlučila uključiti u sudjelovanje u definiranju, komunikaciji ili implementaciji korporativnih vrijednosti. Na Korporativnoj konferenciji održanoj prošle godine menadžment je na posebno osmišljenim radionicama sektora Upravljanje ljudskim potencijalima definirao pet vrijednosti, o čemu su i svi zaposlenici pobliže informirani u ranijim brojevima liste Podravka. Odgovarajući na pitanja koje ključne vrijednosti i vjerovanja želimo živjeti u kompaniji, koje vrijednosti će nas voditi u postizanju ciljeva, koje vrijednosti i vjerovanja želimo da nas vode kroz svakodnevne međusobne interakcije te čemu će zaista te vrijednosti biti posvećene, definirani su: Zadovoljstvo potrošača, Strast, Kreativnost/Inovativnost, Povjerenje, Izvrsnost i predanost u postizanju rezultata.

Zadovoljstvo potrošača

Uvijek na prvo mjesto stavljamo zadovoljstvo potrošača.

Potrošač je naš kriterij uspješnosti. Naši zaposlenici su potrošači i promotori. Svojom potrošnjom daju poruku okruženju: lojalnost i povjerenje brandu/proizvodu. U odnosima s klijentima zastupamo izvrsnost i povjerenje. Brinemo o proizvodu do krajnjeg potrošača. Na reklamacije potrošača reagiramo najbrže moguće. Pružamo najbolji odnos cijene i kvalitete. Razvijamo inovativne proizvode i nagrađujemo lojalnost naših potrošača. Komuniciramo s našim potrošačima, educiramo ih o našim proizvodima i potičemo zdrave potrošačke navike.

Željka Kamber, organizatorica proizvodnje u tvornici Vegete i juha



Zajednički rad i veliki trud svih u proizvodnji, kvalitetne sirovine, dugogodišnje akumulirano znanje koje i dalje kontinuirano nadograđujemo stalnim učenjem i usavršavanjem, odgovornim i savjesnim radom na najmodernijoj tehnologiji odražavaju se u našim najkvalitetni-

jim proizvodima kojima osvajamo naše potrošače. Sve što radimo u proizvodnji radimo s velikom ljubavi prema firmi uz striktno poštivanje svih propisanih uputa i certifikata. Cilj nam je imati zadovoljnog potrošača koji će uvijek u košarici imati Podravkin proizvod.

Nediljko Baričić, direktor sektora Tržište RH



Zadovoljstvo potrošača meni osobno je najbolja potvrda opravdanosti i svrhovitosti svih aktivnosti koje planiramo i provodimo u plasmanu Podravkinih proizvoda prema našim kupcima i krajnjim potrošačima na tržištu RH. Samo zadovoljan potrošač je potvrda uspješnosti svih nas, u svakom segmentu poslovne aktivnosti. Zadovoljan potrošač nosi sa sobom povjerenje u Podravku i Podravkin proizvod, što je posljedica dugoročnog profesionalnog rada svih Podravkinih zaposlenika. Opseg mojih poslova podrazumijeva svakodnevnu angažiranost i komunikaciju kojom osiguravamo dostupnost, prisutnost Podravkinih proizvoda na policama u trgovinama, u kuhinjama i na šankovima, stolovima gastro kupca na zadovoljstvo krajnjih korisnika tj. potrošača. Konkretno to znači: ne samo delegiranje zadataka svojim suradnicima,

ili rad u uredu, nego to podrazumijeva odlaske i rad na terenu, u trgovine, među police, u kuhinje, i u skladišta kod kupaca. Razlozi su uvid u postojeće stanje tj. kako svi segmenti prodaje funkcioniraju, sa stalnim motivom da se pronalazi mogućnosti za bolje. Jer, kako se tržište mijenja, samim time i potrošač je sve zahtjevniji, a i mi se moramo neprestano mijenjati (ali još brže, biti korak ili dva ispred). Podravka zasigurno to zna i može!

Strast

Postižemo rezultate, osjećamo strast.

Vjerujemo u sebe i radimo sa svim srcem. Ništa nam nije teško napraviti za svoje kolege – radimo sa srcem. Želimo pobjedu, a naši kupci i partneri glavni su nam partneri prema zajedničkom cilju. Zajedno smo gradili povijest, a gradit ćemo i budućnost.

Uvijek smo uz naše potrošače u svim prilikama. Za nas je kuhanje strast, a naši proizvodi spremni su za svako nepce. Kako su i naši preci znali reći: „Do ljubavi i strasti kroz pun želudac”

Marinka Akrap, direktorica sektora Korporativne i marketinške komunikacije



Kada radite sa strašću onda i najobičniji posao možete pretvoriti u doživljaj, a najzahtjevnije zadaće u užitak. Strast se ne događa, ona se živi kroz svaku vrećicu Vegete,

svaki novi recept, kroz svaku ideju o novom proizvodu, izvještaj, prijeđeni kilometar, reklamni spot ili aktivnost na prodajnom mjestu. Ona čini razliku između onih koji rade i onih koji se ostvaruju kroz rad, daje smisao i stvara dodanu vrijednost koja Vegetu pretvara u inspiraciju, recept u umjetnost, novi proizvod u predmet želja, izvještaj u poticaj, kilometre u avanturu, reklamni spot u priču a svaku aktivnost na prodajnom mjestu u razlog da još jednom kupcu uljepšamo dan.

Katarina Rimac, analitičarka za kontroling



Znanje, vještine, iskustvo, predanost i entuzijazam samo su neki od osnovnih preduvjeta za dobro obavljen posao. Za savršeno obavljen posao potrebna je još i strast! Strast nas usmjerava prema konačnom cilju, motivira nas u trenucima slabosti te omogućuje da uživamo u poslu i iskreno se veselimo svakom novom radnom danu. Budite proaktivni, prihvaćajte izazove, ne bježite od odgovornosti i preuzmite rizik. Ako uspijete u tome, probudili ste strast u sebi.

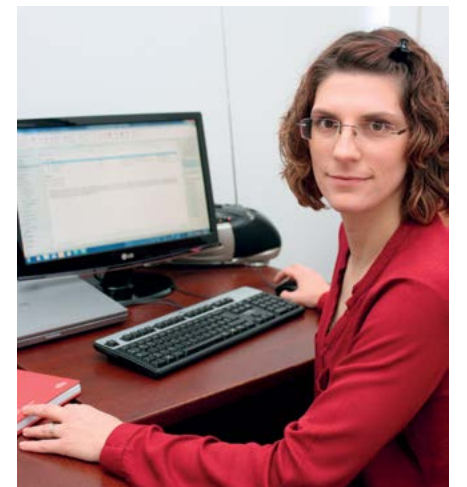
Kreativnost, inovativnost

Naši proizvodi i brendovi odaju kreativnost/inovativnost.

Stvaramo kreativno ozračje u timu u kojem radimo. Potičemo inovativnost u svim dijelovima poslovanja. Najbolje ideje nagrađujemo. Provodimo ideje i inicijative s našim strateškim partnerima. Razvijamo usluge usmjerene našim potrošačima, koje su podrška našim idejama. Kontinuirano se uključujemo u

znanstveno-istraživačke razvojne projekte. Fokus nam je na inovacijama, idejama, komunikaciji s potrošačima. U području kulinarstva smo eksperti. Ulažemo u naše proizvode i brinemo o zdravlju potrošača.

Sanja Garaj Miloš, direktorica kategorije



Kad čujemo riječ kreativnost najčešće pomislimo na dizajnere, marketing, nove proizvode, reklame... Kreativnost je po meni pojam puno širi od toga i može biti prisutna u svakom poslu kojeg radimo. Ogleda se u načinu kojem pristupamo pripremi jutarnje šalice kave, načinu na koji komuniciramo sa suradnicima pa i načinu na koji izrađujemo dokumente u formalnom komuniciranju. Kreativnost znači drugačiji pogled na sve što radimo i daje nam mogućnost da svemu damo svoj žig i nađemo način kako stvari unaprijediti i poboljšati. Kreativnost nije stvar profesije nego načina gledanja na stvari.

Dario Galinec, direktor sektora Logistika



Mnogi kreativnost neće tražiti na ovom mjestu, ali ako ipak zavire vidjet će da ju mogu pronaći u gotovo svim segmentima sektora Logistika “skrivenu” prije svega u modelima rada, poslovnim procesima, odnosima s vanjskim partnerima, ali možda i najvažnije u načinu razmišljanja i vjeri da možemo biti bolji. Dobivši zahtjevnju zadaću povećanja operativne efikasnosti bez kreativnog i inovativnog pristupa u obavljanju poslova nije bilo moguće postići tražene ciljeve. Bilo je dosta bolnih odluka, ali najvažnije mi je da mijenjamo svijest o potrebi promjena i stvaranja dodatne vrijednosti, na svima razinama od radnika u skladištima, vozača kamiona, preko organizatora, skladištara, voditelja odjela i direktora službi. Uz tu svijest, oslobađam pojedince okova utabanog načina razmišljanja i potičem na promjene koje dovode do kreativnih ideja koje vode ostvarenju korporativnih ciljeva. Ciklički je to i trajan postupak.

Povjerenje

Temelj naših međuodnosa uvijek je povjerenje. Stojimo iza svojih ljudi! Mi smo jedan tim! Aktivno uključujemo zaposlenike u procese, predani smo cilju. Vjerodostojno donosimo odluke, a transparentno komuniciramo. S klijentima stvaramo partnerske odnose. Odnosimo se prema njima etično i profesionalno. Komuniciramo otvoreno i stvaramo win-win odnose. Prema potrošačima postupamo društveno odgovorno. Nudimo im prvenstveno kvalitetu, brinemo o njima i istražujemo njihove potrebe.

Dražen Đurišević, voditelj promocije kulinarstva



prijatelj u prijatelja a iznimno je važno da potrošač ima povjerenja u tvrtku koja proizvodi hranu. Baš to povjerenje mi stvaramo. Pripremanje hrane s dušom (srcem) ulijeva iznimno povjerenje. Međusobno povjerenje među nama samima prepoznaju i naši potrošači – jer su naši proizvodi upravo rezultat našeg zajedničkog rada i povjerenja koje imamo jedni u druge – vjerujemo jedni drugima i vjerujemo u naše proizvode.

Nina Puhač Bogadi, voditeljica sustava sigurnosti hrane



Povjerenje je vrijednost koju stječemo i gradimo godinama, kroz otvorenu komunikaciju, međusobnu podršku i razumijevanje kolega s kojima radimo. Odgovorno je biti osoba od povjerenja, potrebno je stalno održavati i nadograđivati odnose s kolegama, biti stručan, marljiv i dosljedan. Područje kojim se bavim je sustav sigurnosti hrane koji dobrim dijelom počiva na tiskom radu i povjerljivosti podataka. Stoga i funkcionira na međusobnom povjerenju svih nas koji smo dio tog sustava, u širem smislu to znači svaki zaposlenik Podravke. Kad steknem povjerenje kolega, to mi daje pozitivan stav prema poslu, dobijem dodatnu snagu i spremna sam prihvatiti sve izazove koji me očekuju.

Izvrsnost

Krajnji rezultat može biti samo izvrsnost.

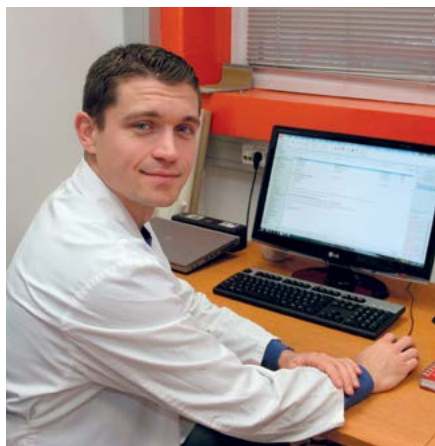
Naši zaposlenici su angažirani. Podržavamo jedni druge i radimo timski. Izvrsnost u radu pokazujemo osobnim primjerom. Zaposlenici naše kompanije pokazuju poštenje i integritet u odnosu s klijentima. Naša isporuka prema klijentima je pouzdana jer gradimo dugoročne odnose. Dosljedni smo u profesionalnom ponašanju. Naši proizvodi su najbolji u klasi – želimo zadovoljiti sve potrebe naših potrošača i pružiti im vrijednost za novac. Naš brand je brand s povjerenjem jer uključujemo potrošače u stvaranje branda.

Gordana Dragović, direktorica službe Obračun plaća



'Potpuna predanost u svakodnevnom radu, sagledavanje izazova sa svih aspekata i ustrajnost u njihovom rješavanju potiče me da dajem najbolje od sebe. Važno mi je neprekidno usavršavati procese te razvijati kompetencije i prenositi svoja znanja radnim kolegama, motivirajući ih za ostvarivanje ciljeva. Tada vjerujem - izvrsnost neće izostati! Moj stav je da uvijek postoji rješenje i da moram djelovati u skladu s njim, ali i biti spremna promijeniti djelovanje i preuzeti odgovornost. Za izvrsnost u radu važno je održavati i pozitivnu radnu atmosferu, osjećaj zajedništva i pripadnosti Podravki što istovremeno pridonosi zadovoljstvu na poslu.'

Branimir Perković, tehnički direktor Tvornice dječje hrane



Da bi postigao što bolje rezultate kontinuirano se educiram i nastojim prenijeti znanje na sve svoje suradnike. Velika želja za boljim rezultatima poslovanja kompanije tjera me da svakodnevnim preispitivanjem stanja postojećih radnih procesa, utvrdim mogućnosti za poboljšanja i provodim sve potrebne promjene. Za postizanje izvrsnosti potrebno je definirati ciljeve koje želimo postići i jasno ih komunicirati prema svim zaposlenicima, dati im priliku da daju svoje prijedloge poboljšanja i uključiti ih u implementaciju. Na taj način nastojim stvoriti radnu klimu u kojoj se svi osjećaju uključeni i zainteresirani za provođenje promjena i postizanje zajedničkog cilja – Izvrsne kompanije.

Implementacija vrijednosti

Srž i izvor našeg ponašanja te odnosa prema radu odražava vrijednosti prema kojima djelujemo. Ukoliko su vrijednosti pojedinca usklađene s vrijednostima kompanije, zaposlenik je u tom slučaju povezaniji i predaniji u svom djelovanju unutar kompanije. Upravo iz tog razloga želimo povezati ključne vrijednosti naše kompanije sa svim zaposlenicima i zajedno ih živjeti kroz individualne, timske i organizacijske prakse i procese.

Vrijednosti su srce kulture naše kompanije.

Implementacija vrijednosti ovisi o pojedincima koji imaju izbor prihvatiti ili ne prihvatiti vrijednosti u svoj način rada te zahtjeva ulaganje truda na svim razinama u svim cjelinama. Svi svakodnevno sudjelujemo u kreiranju kulture naše kompanije. Kako?

- **Želite li imati odnose sa svojim suradnicima i klijentima koji se temelje na povjerenju?**
- **Želite li raditi sa svim srcem**

i strastveno doprinositi ciljevima kompanije?

- **Želite li raditi u kreativnom ozračju u kojem se rađaju inovativne ideje?**
- **Želite li postizati izvrsne rezultate?**
- **Želite li da naši potrošači budu i naši promotori?**

Kako Vi živite Podravkine vrijednosti na Vašem radnom mjestu? Što za Vas znači povjerenje, strast, kreativnost, zadovoljstvo potrošača ili izvrsnost? Želite li i vi dati svoj doprinos u kreiranju kulture koja je odraz naših vrijednosti? Ako želite sudjelovati u kreiranju kulture naših vrijednosti, dajte svoj doprinos uključivanjem u aktivnostima koje slijede...sve informacije bit će na našim internim kanalima komunikacije.



Organizacijska klima i kultura „Zaokret“

Podravka uvodi alat za upravljanje razvojem zaposlenika - „360“

S ciljem razvoja kulture otvorene komunikacije, povratne informacije i preuzimanja osobne odgovornosti za vlastiti razvoj, Podravka uvodi alate koji će nam olakšati komunikaciju te stvoriti okruženje u kojem jedni druge potičemo na rast i razvoj. 360 stupnjeva je alat koji pruža dobivanje cjelovite slike o sebi, načinu komuniciranja i rada iz perspektive drugih i samog sebe. Vidjeti sebe kroz oči drugih iznimno je korisno jer smo u mogućnosti početi prepoznavati utjecaj naših postupaka i ponašanja na druge. Alatom se procjenjuju ponašanja koja proizlaze iz

ključnih kompanijskih kompetencija stoga, pojedincu omogućuje uvid u njegov stupanj razvijenosti pojedine ključne kompetencije. Naziv 360°dobio je zbog toga što uključuje procjenu podređenih i nadređenih osoba istih pozicija u hijerarhiji tvrtke te samoprocjenu, zatvarajući time puni krug oko osobe koja se procjenjuje. U prosincu će po prvi puta ovaj alat za upravljanjem razvoja zaposlenika i procjenu razvijenosti ključnih kompetencija biti primijenjen na Upravi te prvoj liniji menadžmenta Podravke d.d. i Danice d.o.o. čime počinje „Zaokret“.(A.Č.)

Rezultati poslovanja Grupe Podravka za devet mjeseci ove godine

Neto dobit Grupe Podravka rasla 17 posto i iznosi 136,6 milijuna kuna

Pozitivan trend na svim razinama profitabilnosti Grupe Podravka iz prvog polugodišta nastavio se i u narednom razdoblju

- Profitabilnost Grupe Podravka raste na svim razinama
- Jednokratne stavke (otpremnine) u promatranom razdoblju iznose 41,7 milijuna kuna
- Neto dug niži za 173 milijuna kuna

Grupa Podravka u prvih devet mjeseci 2013. godine ostvarila je 136,6 milijuna kuna neto dobiti, bez jednokratnih stavki, što predstavlja rast od 17 posto u usporedbi s neto dobiti istog razdoblja 2012. godine prikazane na usporediv način. Bruto dobit Grupe Podravka za navedeno razdoblje iznosi 1.079,8 milijuna kuna i viša je od istog razdoblja prošle godine za 4 posto dok je EBIT-DA porasla za 11 posto i iznosi 271,8 milijuna kuna. „Pozitivan trend na svim razinama profitabilnosti Grupe Podravka iz prvog polugodišta nastavio se i u narednom razdoblju. Navedene brojke govore nam kako su poslovne odluke, koje se u kontekstu vremena u kojem se trenutno gospodarstvo nalazi mogu smatrati možda nepopularnima, bile u potpunosti opravdane. Svjesni smo činjenice da započet posao zasigurno nije završio

te ćemo nastaviti s izgradnjom čvrstih temelja kako bi naša kompanija mogla u potpunosti odgovoriti vrlo složenim i sve zahtjevnijim tržišnim uvjetima.“ – naglasio je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke prigodom objave devetomjesečnih poslovnih rezultata.

Promatrajući navedeno razdoblje, vidljiv je kvalitetan pomak i u upravljanju troškovima poslovanja Grupe Podravka gdje ukupni troškovi bilježe pad od oko 4 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

U strukturi troškova, jedino troškovi marketinga bilježe porast, uslijed većih marketinških aktivnosti, dok ostali troškovi bilježe značajno smanjenje. Posebno vrijedi istaknuti kako je neto dug na dan 30.09.2013. godine niži za 173 milijuna kuna u usporedbi s krajem 2012. godine što svakako govori o sustavnom i kvalitetnom upravljanju razine zaduženosti Grupe Podravka. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvih devet mjeseci 2013. godine iznosila je 2.618,9 milijuna kuna, što predstavlja pad prodaje od 3 posto u odnosu na isto razdoblje 2012. godine. Prodaja strateškog poslovnog područja Prehrana i pića iznosila je 2.032,8 milijuna kuna i niža je za 4 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Navedeni pad prodaje prvenstveno proizlazi iz niže razine prodaje na domaćem tržištu koje karakterizira dugotrajna recesija te pad osobne potrošnje, a značajan utjecaj imalo je i svjesno ukidanje proizvodnog asortimana s nezadovoljavajućom profitabilnošću. Istovremeno, tržišta srednje Europe, jugoistočne Europe te zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka ostvaruju rast prodaje, uz najveći doprinos Poljske, Mađarske i Austrije. Prodaja Strateškog poslovnog područja Farmaceutika za prvih devet mjeseci ove godine iznosila je 586,1 milijuna kuna, što predstavlja porast prodaje od 1 posto u odnosu na isto razdoblje 2012. godine. Porast prodaje Farmaceutike generiran je rastom prodaje na inozemnim tržištima, koja bilježe rast od 4 posto, uz najveći doprinos tržišta Rusije te Bosne i Hercegovine.



Predsjednik Josipović istakao općenacionalni značaj Podravke



Grad Koprivnica cijeli ovaj tjedan slavi svoj 657. rođendan u povodu kojeg se održavaju brojne manifestacije. Naj-svečanije je bilo jučer na sjednici Gradskoga vijeća kojoj su prisustvovali brojni gosti među kojima i predsjednik Republike Ivo Josipović. Čestitajući Dan Grada predsjednik Josipović se osvrnuo i na Podravku koja je ne samo koprivnički već i hrvatski ali i – kako je istakao i europski brend: -Za sve one koji vode računa o gospodarstvu, bilo na globalnoj razini u Hrvatskoj, bilo ovdje u gradu Koprivnici, nema važnije zadaće nego brinuti o tome da Podravka i dalje prosperira kao uspješna firma. Podravka kao kompanija ovdje jamči mnoga radna mjesta, jamči napredak, ali ne samo u Koprivnici nego rekao bih da je riječ o kompaniji koja je od općenacionalnog značaja – naglasio je pored ostalog Josipović, predloživši usto da se u Kampusu razvijaju programi koji znače perspektivu ovoga kraja poput visokih tehnologija, prehrambene industrije i poljoprivrede.

O Podravki je govorio i general Mladen Markač

On je na svečanoj sjednici proglašen počasnim građaninom Koprivnice.

Nema kraja u Hrvatskoj koji je bio ugrožen, na čijem dijelu je bio rat, a da Podravkaši zajedno s Koprivničancima i s Podravcima nisu pomagali.

I zato, neka mi i dalje živi Podravka, neka postiže dobre rezultate jer ona nas je davno prije, kao Koprivnicu, uvela u Europu, pa zato danas kažemo da je Koprivnica europski i svjetski grad- podvukao je Markač. Na svečanosti su dodijeljene i plakete grada koje su dobili: Udruga žena Bakovčice, Mješoviti pjevački zbor umirovljenika, Gimnazija Fran Galović i branitelj Ivica Galinec. Gradske medalje ove su godine svojim radom i marljivošću zaslužili Branko Pleše, Žarka Zalar, Silva Koščak, Ljiljana Šajatović Ivanković, Đurđica Lazar te Dražen Magdić.(J.L.)

Miroslavu Klepaču nagrada Unicredit AAA

Priznanje IEDC-Poslovne škole Bled

Član uprave Podravke Miroslav Klepač dobitnik je nagrade Unicredit AAA za 2013. godinu. Nagradu Unicredit AAA svake godine dodjeljuje IEDC-Poslovna škola Bled petorici svojih najuspješnijih diplomanata za ostvarivanje najviših ideala koji uključuju osobna postignuća u karijeri, vođenje, rad za dobrobit društva i doprinos razvoju škole. Osvojivši ovo priznanje za Hrvatsku, Miroslav Klepač, uvrstio se među pet najboljih u ovoj godini. Studijske MBA programe IEDC-Poslovne škole Bled, koji su među najinovativnijima u svijetu, završilo je više od 1000 diplomanata uključenih u 15 alumni klubova širom svijeta. Hrvatski IEDC Alumni klub ima bogatu tradiciju, budući da je osnovan prije 21 godinu, što ga izdvaja kao jednog od prvih u regiji. Nagrade su uručene na forumu Unicredit AAA na kojem je sudjelovalo više od 90 diplomanata IEDC-Poslovne škole Bled iz ukupno osam država. -Najučinkovitije se uči na dva načina: čitanjem i druženjem s pametnim ljudima, u svom je uvodnom govoru ustvrdila Jana Benčina-Henigman, članica uprave Unicredit Banke Slovenije d.d. i članica povjerenstva za dodjelu nagrada Unicredit AAA. -Za uspjeh nije važna tek mreža ljudi koju imamo, već i to da ti ljudi imaju slične profesionalne i etičke standarde kao i mi. Moje geslo je: 'Uvijek stavi slona na stol – u teškim situacijama, kada svi znaju da nešto nije u redu, a misle kako će to proći samo od sebe, treba otvoriti karte, rekao je Miroslav Klepač prilikom preuzimanja priznanja koje mu je uručila dr. Danica Purg, direktorica i dekanica IEDC-Poslovne škole Bled. Podsjetimo, Udruga IEDC Alumni osnovana je po završetku studija prve MBA generacije 1991. godine kako bi osigurala platformu za stvaranje novih poslovnih veza i mogućnost te prostor za razmjenu mišljenja i raspravu. Istodobno omogućuje očuvanje prijateljstva među diplomantima i izgradnju novih.(I.L.)



Ivan Galović, direktor Lanca opskrbe

Lanac opskrbe - dugoročni proces kontinuiranog poboljšanja

U Podravki Lanac opskrbe obuhvaća Planiranje proizvodnje, Nabavu, Proizvodnju i Logistiku

Za Podravkinog direktora Lanca opskrbe Ivana Galovića možemo slobodno napisati da je stari Podravkaš. Započeo je raditi u Podravki 1982. godine, na poslovima vezanim uz proizvodnju i podršku proizvodnje u tvornicama piva i kvasca. Zatim je kratko bio na raspolaganju državi Hrvatskoj tijekom Domovinskog rata, a nakon skidanja uniforme prelazi u Pivovaru, gdje vodi proizvodnju, kasnije i cijeli Lanac opskrbe te izgradnju nove Pivovare. Izgradnju novih i vođenje pivovara Ivan nastavlja u inozemstvu te u pivarstvu ostaje 21 godinu, od čega 10 godina izvan Hrvatske. Sa sobom nosi iskustvo iz svjetske kompanije, izloženost različitim kulturama životom na tri kontinenta, kontakte i rad s kolegama pripadnicima više od 40 nacija. U pivarstvu se sreće i vodi Lanac opskrbe kao jednim novim i efikasnim načinom organizacije. Početkom ove godine vraća se u Podravku, kada je naša tvrtka odlučila osnovati svoj Lanac opskrbe. O povratku u Podravku Ivan kaže: Djeca se većinom vraćaju kući. Nekada je to samo psihički, a ponekad je to i fizički i psihički. Takva je i moja sudbina.

Lanac opskrbe upravlja sa 60 do 80 posto svih troškova kompanije

ŠTO JE TO ZAPRAVO LANAC OPSKRBE? -Lanac opskrbe je dio kompanije koji je odgovoran za sve operacije vezane uz materijalni proizvod, planiranje potrebnih količina toga proizvoda, osiguranje sirovina i ambalaže, energije, raspoloživosti strojeva i kapaciteta za njegovu proizvodnju ili kupnja proizvoda

kod vanjskog proizvođača, njegovo skladištenje, transport i distribuciju do kupca. U Podravki Lanac opskrbe obuhvaća Planiranje proizvodnje, Nabavu, Proizvodnju i Logistiku. Lanac opskrbe upravlja sa 60 do 80 posto svih troškova kompanije. KAKO TAKAV OBLIK ORGANIZIRANJA POSLOVANJA FUNKCIONIRA U VELIKIM SVJETSKIM KOMPANIJAMA? -Svjetske kompanije su shvatile da je njihova uspješnost direktno u odnosu sa uspješnošću njihova Lanca opskrbe. Postoji svijest o nužnosti kontrole i optimizacije troškova (npr. troškova gotovog proizvoda, troškova logistike, ...), suradnji sa prodajnom funkcijom na planiranju potrebe za proizvodima (kada, gdje, kojeg i koliko proizvoda je potrebno), suradnjom sa financijskom funkcijom na poboljšanju tijeka novca i njegovog optimalnog korištenja. Svjetske kompanije ne prestano optimiziraju i bolje koriste instalirane kapacitete, oslobađaju se preskupih operacija, fokusiraju se na segmente poslovanja gdje su uspješniji. Usporedba pojedinih ključnih pokazatelja (produktivnost, potrošnja energije po jedinici proizvoda, cijena transporta po toni ili slični pokazatelji) su jedan od najčešće korištenih alata. Da bi se postigli unificirani visoki rezultati, prisutna je visoka transparentnost unutar kompanije, kultura dijaloga i spremnost na promjene.

Lanac je omogućio poboljšanu suradničku komunikaciju

POČETKOM OVE GODINE LANAC OPSKRBE JE INVOLVIRAN U PODRAVKIN PROCES POSLOVANJA. KAKO JE TO IŠLO

I ŠTO JE TIME PODRAVKA DOBILA? -Podravka ima vrlo visoke standarde u proizvodnji i logistici koji su na razini svjetskih ili zapadnoeuropskih kompanija. Međutim, fokus na integraciji tih funkcija, dijalog sa prodajom, shvaćanja zahtjeva i financijskih potreba bili su na niskoj razini. Sve to nimalo ne čudi, jer u hrvatskim kompanijama Lanac opskrbe kao organizacija skoro da i ne postoji. Prisutno je shvaćanje da je lanac opskrbe drugo ime za logističke operacije. Iznimke su neke kompanije u stranom vlasništvu. Naime, ovaj dio Europe nije poznat po najvećoj težnji prema promjeni i poboljšanju, spremnosti da se pokuša nešto novo pa to stvara jedan latentan otpor kod uvođenja filozofije Lanca opskrbe.

Stvaranjem Lanca opskrbe u Podravki stvorila se svijest o nuždi suradničke komunikacije s Prodajom i Marketingom, uvidjelo se da nije dovoljno proizvod imati, već on mora biti na pravom mjestu i u pravo vrijeme.

Optimizacija zaliha nije samo hir nekog sa sedmog kata, već ima i direktan utjecaj na profit, zaduženost, trošak proizvoda, kapacitet skladišta, otpis nekurentnih zaliha itd.



Bez obzira na to, materijalni rezultati su vidljivi u smanjenju troškova proizvoda i njihovog skladištenja i transporta, usporedbe ključnih pokazatelja na razini tvornica se prate, razmjenjuju, analiziraju i poboljšavaju. Dijalog i zajedničko planiranje sa prodajom i marketingom je formalno uspostavljeno.

Jeftiniji i dostupniji proizvod, a veći profit za Podravku

DUGOROČNO GLEDAJUĆI LANAC OPSKRBE JE NOVINA NE SAMO ZA PODRAVKU, VEĆ I ZA HRVATSKE GOSPODARSKE PRILIKE. ON JE DO SADA I U ORGANIZACIJSKOM, A I U POSLOVNOM SMISLU DONIO PODRAVKI BROJNE UŠTEDE. KAKO ĆE SE Taj organizacijsko-poslovni proces dalje razvijati u budućnosti?

U ovom trenutku radimo na Planu za 2014. godinu, gdje

će biti ugrađena sva postignuća iz ove, kao i pozitivna očekivanja u idućoj godini.

I dalje će se razvijati zajedničko planiranje prodaje sa Prodajom i Marketingom da se dobije što realniji plan potreba za našim proizvodima, poboljšavat ćemo odnose sa dobavljačima i podizati povjerenje te transparentnost bilateralnih odnosa sa dobavljačima. U proizvodnji ćemo podizati produktivnost (implementirane investicije, optimizacija procesa, novi pristup, fleksibilnost, smanjenje udjela neproizvodnog rada...) , u logistici ćemo bolje koristiti skladišne kapacitete i koristiti inovativnije oblike distribucije. Poboljšat ćemo proces implementacije investicija, njihovo korištenje, bolje i bliže ćemo surađivati sa kompanijama koje izrađuju proizvode za nas, uvest ćemo neke

nove tehnologije i proizvoditi nove i inovirane proizvode. Također, procesi će se poboljšati u Planiranju i Nabavi, a rezultat toga će biti bolja raspoloživost proizvoda, niži trošak toga proizvoda, smanjen udio logističkog troška i konačno za potrošača - jeftiniji i dostupniji proizvod, a istovremeno veći profit za Podravku.

ŠTO VI OČEKUJETE NAKON USPJEŠNE IMPLEMENTACIJE LANCA OPSKRBE? - Prvo trebamo postići pokazatelje koji će nas svrstati u zlatnu sredinu troškovne efikasnosti internacionalnih prehrambenih kompanija, a za to će nam trebati 2 do 3 godine. Međutim, kraja u ovom procesu nema. Ono što možemo očekivati to je proces kontinuiranog poboljšanja. To će nam omogućiti da budemo i ostanemo prvi izbor našeg kupca i potrošača. Da bi sve to postigli moramo biti otvoreni, spremni na promjene , orijentirani na cilj i rezultat, preuzimati odgovornost i donositi odluke te sve to pokazivati osobnim primjerom. (B.F.)

Ručak za sutra s Podravkom

Podravkini promotori i poznata lica pripremaju maštovita jela



Sve dosadašnje emisije mogu se pogledati na www.coolinarika.com u rubrici Zvezdani recept, gdje ujedno možete glasati za par koji Vam je bio najsimpatičniji. Nakon proglašenje Naj para, Podravka će dobitnike nagraditi bogatim poklon paketima. U sklopu emisije In magazin na Nova TV, uz rubriku Ručak za sutra s Podravkom, nedjeljom pratite Zvezdani recept s Podravkom, gdje su se Podravkinim promotorima pridružila brojna poznata lica koja svojim kulinarskim umijećem pomažu u pripremanju maštovitih i zanimljivih jela.



Katarina Pentek je s Milanom Vlaović pripremala izvrnu roladu od bundeve, gdje se Milana uz pripremu kolača osvrnula i na uspješan projekt koji već nekoliko mjeseci radi za Podravku, piše kolumnu Nedjeljni kolač. Ta uspješna suradnja i sve draža joj poveznica s Dolcem rezultirala je još boljim gostovanjem i moglo se vidjeti da Milana nije krila zadovoljstvo pripremajući taj vrlo jednostavan i odličan kolač. Martina Tomčić je našeg promotora Zorana Delića ugodno iznenadila filetiranjem ribe i pokazala svoje izvršno snalaženje u kuhinji. Bili su zaista sjajan tandem, a rezultat toga je ukusan Cartoccio od bijele ribe. Luka Nižetić nije zapjevao u kuhinji, ali je pokazao Mišelu da je izvrstan pomoćnik u kuhinji. Ipak dva Dalmatinca kad spremaju spizu, ne može ispasti loše, a to je pokazala i čarolija okusa i mirisa gotovih liganja s povrćem. Mišel je ugostio i poznatog hokejaša Medveščaka, Marka Katića koji inače živi u Kanadi, no korijeni su hrvatski. Baka mu je rodom iz Hrvatske i kaže da je Vegeta oduvijek neizostavan dodatak jelima, za koju kaže da je koristi i njegova obitelj. Sve u svemu, očekuje nas još puno zanimljivih poznatih lica i još boljih recepata. Sve dosadašnje emisije mogu se pogledati na www.coolinarika.com u rubrici Zvezdani recepti, gdje ujedno možete glasovati za par koji vam je bio najsimpatičniji. Nakon proglašenje Naj para, Podravka će dobitnike nagraditi bogatim poklon paketima. (M.V.)

Reklamna kampanja s KHL Medveščak

Najbolji Medvjedi sjajno odigrali glumačku rolu



U službenoj svlačionici Medvjeda snimljen je spot koji je okupio zaista eminentnu ekipu. Tri glavna igrača Medveščaka - Johnatan Cheechoo, Michale Ryan i Charles Linglet - ostvarili su sjajne glumačke performanse pod palicom redatelja Tomislava Rukavine i snimatelja Darka Drinovca. Reklamna kampanja kreće 28. studenoga i cilj joj je komunicirati proizvode iz mesnog programa - Zimsku kobasicu i zimsku čajnu paštetu koje su dobile novo ruho sa poznatim logom i vizualom Medvjeda. Dodatna zanimljivost je da istovremeno kreće nagradna igra sa 100 atraktivnih nagrada od kojih će potrošače zasigurno najviše privući mogućnost odlaska na utakmicu u Moskvu 8. siječnja. Osim toga, razveselit će se i oni koji će osvojiti originalni dres popularnih Medvjeda te poklon paketi Podravke. Simpatične dečke gledat ćemo na televiziji i tijekom siječnja u ovoj kampanji kao i u sportskim nastupima u kojima ćemo zdušno navijati za njih. (E.S.)



Paleta noviteta u Podravki



Promo pakiranja Fanta

Postoje jela koja su uvijek rado viđena na svakom stolu. No zbog pripreme koja oduzima mnogo vremena i činjenice da su krepka i kalorična, često ih se smatra prikladnim samo za hladnije doba godine ili svečanije prigode. S Fant proizvodima danas je sve puno jednostavnije o čemu svjedoči i najnovija promotivna kampanja. Za prodajna mjesta pripremljena su promo pakiranja koja sadrže 3 fanta za punjenu papriku i sarmu (od kojih je jedan gratis) kao i gratis fant knjižica receptata. Na Coolinarici je dostupna fant(astična) knjižica s dodatnih 40 novih fant ideja, koja se lagano može podijeliti i s ostalim ljubiteljima kuhanja. Kad ste već na Coolinarici, u nekoliko dodatnih klikova možete potražiti i kratke video recepte s jednostavnim uputama o pripremi prepoznatljivih okusa tradicionalnih jela. Tijekom studenog i prosinca na TV ekranima prikazuje se promotivni spot koji educira kako pripremiti jedno tradicionalno jelo na novi način.

Dva nova ajvara

Paleta Podravka ajvara ovih je dana obogaćena novim proizvodima. Na police trgovačkih centara došao je upržen ajvar, ljuti, napravljen od biranih plodova paprike, pasteriziran, bogat vitaminima A i C i vlaknima, a koji, poput ostalih Podravkinih proizvoda iz ove grupe proizvoda, ne sadrži konzervanse. Ovaj ajvar je pogodan za moderne kombinacije sastojaka obroka, ali i za pripremu tradicionalnih jela. Dobar je izbor za one koji cijene zdravu i nutritivno bogatu prehranu, vole domaći okus i ljuću varijantu ajvara. Drugi novitet je Podravka ajvar od pečenih paprika pripremljen prema originalnoj recepturi na tradicionalan način. Paprika i patlidžan peku se, gule i dodatno ukuhavaju kako bi se dobila kremasta gusta struktura ajvara posebno finog, domaćeg okusa.



Senf estragon 200g

Uz već postojeći asortiman Podravka senfa estragon, predstavljamo inovirani proizvod Senf estragon u novom ekonomičnom pakiranju – tuba od 200g. Senf estragon je proizvod dobiven mljevenjem sjemenki gorušice uz dodatak octa, šećera i začina. Senf je odličan izvor bjelancevine i selena, dobar je izvor vitamina E, magnezija, željeza i fosfora. Budući da je izvrstan za predjelo, a ima dobre probavne efekte, idealan je uz obroke koji imaju visok sadržaj masnoća. Može se koristiti kao prilog uz kobasice, hrenovke ili roštilj, za premazivanje mesa i mariniranje mesa prije pečenja. Senf je također sastavni dio salatnih preljeva.



Koncentrat rajčice s lukom u tubi

Proizveden od najbolje sirovine u kojoj je sačuvano sve bogatstvo okusa prirodne rajčice uzgojene na mediteranskom suncu s dodatkom aromatičnog sušenog luka, prepoznatljive kvalitete Podravka koncentrata, inovacija je u ovom segmentu. Upotrebom ovog proizvoda skraćuje se vrijeme pripreme jela te svaka priprema postaje brza i jednostavna. Preporučuje se za pripremu umaka, juha, gulaša, variva i sličnih jela. Ne sadrži konzervanse.



Medvjedi preporučuju Zimsku i Krepku juhu

Uživanje u Zimskoj i Krepkoj juhi posebno preporučuju Medvjedi, pa logo popularnog kluba hokeja na ledu krasi ambalažu.

Zimska juha

...je kremasta, mirisna i zasitna juha od posebno pripravljenog graha. Poput prave domaće grahove juhe, Zimska juha karakteristične je tople, svijetlosmeđe boje, upotpunjena komadićima povrća (krumpir, mrkva, celer, crvena i zelena paprika) te kvalitetnom tjesteninom od durum pšenične krupice u obliku krpica. Dodavanjem konzerviranog graha i drugog povrća, te mesnih preradevina po izboru (kobasice, prepržena slanina, suho meso i sl.) juha može poslužiti i kao izvrstan temelj za varivo.

Krepka juha

...je okrepljujuća, bogata i pikantna krem juha koja svoj posebni okus zahvaljuje kombinaciji začina među kojima dominira ljuta i delikatesna crvena paprika. Zimska i Krepka juha proizvedene su u ograničenim količinama, stoga požurite u prodavaonice i kupite ih, te tako postanite dijelom naše zimske priče koju uspješno kreiramo zajedno s Medvjedima.



Podravka grahorice - izvor vitalnosti i zdravlja

Podravka je svojim kupcima pripremila i novu liniju proizvoda – Grahorice u kojoj se nalazi sedam novih proizvoda, Podravka Šareni grah, Crveni grah, Heljdina kaša, Prosena kaša, Zelena leća, Soja i Slanutak. Ovo su nutritivno vrlo bogate i zdrave namirnice koje su odličan izvor proteina, minerala, vitamina i vlakana. Pazeći na pravilnu prehranu oni sve češće posežu i za sojom, lećom i slanutkom. Ovi proizvodi su cjenovno prihvatljivi i nutritivno kvalitetni te se uklapaju u rastuću socijalno odgovornu i ekološku svijest potrošača.



Za zdravi srk i čoko brk

Lino čoko drink!

Što je zajedničko u odrastanju i djetinjstvima djece diljem svijeta? Bar jedan san o tome kako smo sami u trgovini sa delikatesnim proizvodima, odakle ne izlazimo sve dok i zadnju čokoladu ne otvorimo i u nju ne zagrizemo tj. sve dok nas ne probudi alarm i mamino nježno "Buđenje, škola zove!" Ili želja da kakaovac zasađimo u dvorištu kuće i pijemo kakao i jedemo čokolade trgajući ih sa stabla. Djetinjstvo posvuda miriše na čokoladu. Kremasta, zavodljiva, bogata, glatka, luksuzna i slasna čokolada čini nas sretnima i potiče maštu. Stoga ne čudi da je Lino "hranu bogova", kakao, uvrstio u svoj Lino čoko drink namijenjen velikim i malim lino-ljupcima i onima koji će to tek postati. Već jedna čaša Lino čoko drinka u stanju je podignuti raspoloženje i popraviti dan. Lino čoko drink pije se kao vruć napitak za hladne dane ili osvježavajući napitak sa hladnim mlijekom za toplijih dana, u milkshake-u, kao posip za palačinke uz finu Lino ladu, kao dodatak u Lino

gris-u ili sa omiljenim Lino Čokolinom. A sam napitak je toliko jednostavne pripreme, u tren oka gotov i pruža nezaboravno čoko iskustvo. Lino čoko drink pomaže i u borbi protiv stresa. Pred utakmicu, važan test u školi, bitan događaj u vrtiću, dok učite, na prvom "dejt"u ili tek zato što ga volite. Lino čoko drink najbolje se dijeli sa prijateljima, ali nam odgovara i kad smo sami. Obogaćen je vitaminom D i kalcijem, potrebnima za normalan dječji rast i razvoj. Jedan obrok čoko napitka (15 g proizvoda + 200 ml mlijeka) sadrži 32% preporučene dnevne količine kalcija i 15% preporučene dnevne količine vitamina D. Pozivamo te da i ti postaneš Lino čokodrinkoljupac i sudjeluješ u mom Lino Čoko drink nagradnom natjecanju! Potraži nas na [f](#) Lino!

A sada nekoliko čoko zanimljivosti:

- Kakaovac je drvo crvenkastih i žutih cvjetova, koje naraste i dvadesetak metara u visinu i živi do 150 godina. Stabla uzgojena na plantažama su pak visoka od 5 do 10 metara (ne raste u našem vrtu)
- Konzumacija toplog kakao napitka pozitivno utječe na naše zdravlje. Istraživanja Cornell sveučilišta su pokazala da kakao napitak sadrži puno antioksidansa i flavonoida. Čokolada sadrži i endorfine koji popravljaju raspoloženje i serotonin kojeg zovu i enzim sreće (pogledaj 1.točku)
- Uz sve navedene čoko zanimljivosti, važno je pridržavati se uravnotežene i raznovrsne prehrane i zdravog načina života!

• Čokolada se od samog otkrića vezivala s moći, izvorom vitalnosti i života (zato je i jedemo)

• Put do čokolade počinje zrnom kakaa (čokolada ipak ne raste fino zapakirana na stablu)

• Smatra se da je zadnji asteški vladar, Montezuma II, konzumirao i do 40 čokoladnih napitaka dnevno (ne pokušavati kod kuće)



Lino nas vodi u svijet sporta



Darujem ti dar, novi Lino kalendar

stvari uz omiljenog medvjedića. Uz pitalice i naljepnice, poseban dodatak kalendaru je društvena igra Lino olimpijada za odličnu zabavu s prijateljima i upoznavanje različitih sportova. Podsjećamo vas da na stranici www.lino.eu možete pronaći i brojna druga iznenađenja, poput

on-line igrice Lino7, GOLmanija i Pogodi koš, a najbolji zaslužuju i slatke nagrade. I na kraju, ne zaboravite provjeriti poštanski sandučić, jer Lino marljivo šalje kalendare i sva će ih djeca dobiti do kraja siječnja sljedeće godine. (I.L.)

U godini prepunoj sportskih zbivanja, Lino i njegovi prijatelji okušat će se u raznim sportskim disciplinama. Nogomet, rukomet, košarka, skijanje, hokej na ledu... samo su neki od sportova kroz koje će nas iz mjeseca u mjesec uz Lina voditi naši zabavni prijatelji Lada, Biba, Zizi, Dado, Jari, Pruga i Bigi.

Vodim te u svijet sporta – igrati, navijati i okušati se u nekom od sportova, baš kao i ja

Što sve krije novi Lino kalendar doznat će svi koji do 30. studenoga na adresu Lino, p.p. 160, 48000 Koprivnica pošalju osobne podatke i lentice s proizvoda marke Lino ukupne vrijednosti 2 kg. Slanjem kalendara Lino želi zahvaliti svima koji uživaju u njegovom društvu i proizvodima, a u osvajanju Lino kalendara mogu sudjelovati i Podravkaši. Ovu tradiciju njeguje još od 1979. godine i iz godine u godinu nagrađuje više od 100.000 djece iz cijele regije. Lino kalendar roditeljima i djeci pruža mogućnost provođenja zajedničkih trenutaka prepunih veselja, mašte i kreativnosti te učenja brojnih zanimljivih i korisnih



Novi okusi Podravka čajeva



Nakon što su potrošači prošle zime vrlo dobro prihvatili nove voćne okuse Podravka čajeva (Šljiva, Jabuka s cimetom, Malina i kupina s vanilijom i Naranča s cimetom i klinčićem), Podravka je odlučila proširiti asortiman čajeva s još dva voćna okusa – Kruška te Limun i limeta, a kao novost u liniji biljnih čajeva tu je i čaj Kopriva. Čaj Kruška je ugodnog, prepoznatljivog mirisa i okusa domaće kruške, dok je Limun i limeta kiselkastog okusa

i snažnog osvježavajućeg mirisa po limunu i limeti pa zimi može zagrijati, a ljeti osvježiti kao hladan napitak. Čaj od lista koprive budi osjetila duha i tijela svojim osebujnim mirisom i okusom. Novi voćni okusi dolaze pakirani u aroma omotače koji čuvaju svježinu i miris. Podravka čajevima u aroma omotačima pridružio se i biljni čaj Metvica pa će ljubitelji čaja još više uživati u snazi okusa i mirisa ove biljke.



Dolcela Cupcakes



Paletu Dolcela mješavina za kolače upotpunili smo sa dva nova proizvoda koja se pripremaju vrlo brzo i jednostavno, a jedno pakiranje dovoljno je za 12 cupcakesa.

DOLCELA CUPCAKES S KREMOM OKUSA ČOKOLADE

Dekorirani su sa kremom okusa čokolade i šarenim ukrasima. Pakiranje sadrži: mješavinu za kolač, kremu za ukrašavanje okusa čokolade, šarene ukrase i kalupe za pečenje u narančastoj boji.

DOLCELA CUPCAKES S KREMOM OKUSA VANILIJE

Dekorirani su sa kremom okusa vanilije i crno - bijelim ukrasima. Pakiranje sadrži: mješavinu za kolač okusa čokolade, kremu za ukrašavanje okusa vanilije, crno - bijele ukrase i kalupe za pečenje u narančastoj boji. Na kutijici oba proizvoda nalaze se recepti sa dodatnim idejama za pripremu proizvoda.

Razvoj sektora proizvodnje

Razvojni interni centar procjene za sektor Proizvodnja

Razvojni interni centar procjene za sektor Proizvodnje još je jedan od razvojnih programa održan s ciljem kontinuiranog razvoja zaposlenika i procjene kompetencija. Internom centru procjene pristupilo je 40-ak zaposlenika sektora Proizvodnje, a sudjelovali su predstavnici svih tvornica i službi unutar sektora. Nakon odrađenih radionica svi zaposlenici dobili su sveobuhvatnu povratnu informaciju koja je uključivala stupanj razvoja ključnih kompetencija sektora te osvještavanje jakih snaga i područja razvoja za sve zaposlenike sektora. Na temelju individualnog pristupa za sve zaposlenike definiran je osobni plan razvoja, ali i plan razvoja na razini cijelog sektora. Naglasak je upravo na razvoju ključnih kompetencija sudionika te usmjeravanju razvoja zaposlenika putem utvrđivanja potencijala svakog od njih, ali

i definiranje potreba za specifičnim edukacijama.

Razvojni projekt ovakvog tipa za sektor Proizvodnje od velikog je značaja s obzirom da se po prvi puta velik broj sudionika sektora uključio u proces procjene kompetencija, ali i prema edukacijsko razvojnom segmentu u kojem je razvojni plan definiran na razini cijelog sektora.

Glavna poruka je kontinuirano poboljšanje i unapređenje svih kompetencija koje vode do ostvarenja poslovnih ciljeva, ali i omogućavaju efikasnije

upravljanje ljudima i njihovim razvojem.

Cilj je usmjeravanje i građenje kompetencija na jakim snagama i potencijalima te maksimizirano iskorištavanje potencijala svakog od pojedinaca. To u konačnici ima rezultate i na poboljšanu timsku i međusektorsku razinu suradnje. Osim navedenog, istaknute su i ključne kompetencije rukovodioca u proizvodnji, preuzimanje odgovornosti, inicijative i vođenje drugih osobnim primjerom. Kontinuirano unapređenje ključnih kompetencija odvijat će se kroz interne radionice, individualni timski razvoj kompetencija, kroz in house treninge uz kontinuirano praćenje i evaluaciju s ciljem povećanja efikasnosti i ostvarenje poslovnih ciljeva.(A.Č.)

U Križevcima održan 16. Obrtnički i gospodarski sajam

Nezaobilazno ime sajmovanja je Podravka

U križevačkoj sportskoj dvorani škole Ljudevit Modec i na vanjskim izložbenim prostorima održan je 16. Obrtnički i gospodarski sajam Koprivničko-križevačke županije. Na više od oko 5500 kvadrata izložbenog prostora proizvode i usluge predstavilo je oko 250 domaćih i stranih izlagača, a direktor sajma i tajnik županijske Obrtničke komore Božo Barač vrlo je zadovoljan zastupljenošću obrtnika među

izlagačima. Županijski Obrtnički i gospodarski sajam otvorenim je proglasio predsjednik Hrvatske obrtničke komore Dragutin Ranogajec. Tijekom sajmovanja nastavljena je tradicija održavanja rasprava za okruglim stolovima o poduzetništvu, poljoprivredi i šumarstvu, razne prezentacije poput one obrtničkih zanimanja, stručni skupovi, te turističke i gastro izložbe, baš kao i nagradna igra za posjetitelje, u kojoj je glavna nagrada skuter otišla u Rovišće. Na vrlo atraktivno uređenom izložbenom prostoru posjetitelji sajma imali su prigode svakodnevno kušati razna jela na bazi Podravkinih proizvoda. Osnovna aktivnost na sajmu bila je promocija novih proizvoda i nagradna igra Vegeta pa su tako posjetitelji imali prigodu degustirati dječje juhe i Talianette, krumpir pripremljen s Vegeta Twistom za hrskave krumpiriće,

mediteransku i kiki-riki paštetu te pikant kobasice. Naravno, sve je to pratio Podravkin promotor kulinarstva Marko Peras, a tu su uvijek bile i nezaobilazne simpatične hostese neumorno dijeleći posjetiteljima promotivne materijale naše tvrtke. Sve u svemu, još jedan profesionalno odrađeni sajamski posao za Podravku. (B.F.)



U Umagu održani 10. dani hrvatskog kulinarstva

Proглаšeni najbolji hrvatski kuhari

Sveukupno se natjecalo 50 kuhara



Pod visokim pokroviteljstvom predsjednika Hrvatske dr. Ive Josipovića i Ministarstva turizma te generalnim pokroviteljstvom Podravke u umaškom hotelu Sol Garden Istra održani su od 10. do 14. studenoga 10. Dani hrvatskog kulinarstva. Prvenstvo je uključivalo natjecanja u 13 kategorija, od kojih mnoge imaju i nekoliko potkategorija te je

zaista velik broj jela koje je potrebno pripremiti. Sveukupno se natjecalo 50 kuhara, od kojih je šestero prihvatilo izazov takmičenja u tri kategorije obavezne za konkurenciju osvajanja titule prvaka države. Od ponedjeljka do srijede morali su pripremiti 13 različitih jela. U kategoriji A pripremali su četiri vrste malih zalogaja, odnosno finger fooda, i to osam porcija svake

vrste, te tri različita hladna predjela. Kategorija B zahtijevala je od natjecatelja da pripreme jedno glavno jelo od ribe te jedno glavno jelo od mesa, dok su u kategoriji C kuhali meni od četiri slijeda – juhu, toplo predjelo, glavno jelo te desert.

Tomislav Karamarko iz hotela Borik Falkensteiner u Zadru pobijedio je na 10. Državnom prvenstvu kuhara. Drugo mjesto pripalo je Nikolini Lončar iz hotela Zlatan u Koprivnici, dok je treći bio Zlatko Novak.

Posljednja kategorija iziskuje mnogo domišljatosti i znanja jer su natjecatelji s namirnicama bili upoznati tek na samom početku natjecanja te su imali na raspolaganju samo dva sata da osmisle recepte za sva četiri jela na meniju. Osim natjecanja kuhara, u sklopu Dana kulinarstva, održano je i 5. Državno prvenstvo slastičara u kojem je titulu najbolje zaslužila Ivana Vidaković iz Riviera Adria hotela u Poreču, te 8. Kamelija kup, natjecanje učenika. Pobijedila je ekipa učenika kuhara iz Srednje strukovne škole Vinkovci, a u kategoriji slastičara najbolji je bio predstavnik kninske Srednje strukovne škole kralja Zvonimira, Tomislav Marušić.(B.F.)

Stručna ekskurzija Društva kemičara i tehnologa Koprivnice u Kraš i PBF

Članovi DKTK u okviru stručno edukativne ekskurzije posjetili su proizvodne pogone Tvornice Kraš i poluindustrijski laboratorij na Zavodu za procesno inženjerstvo, PBF. Srdačni domaćini u Krašu su članove DKTK proveli kroz pogone za proizvodnju čokolade, keksa i bombona te je uslijedilo zajedničko sudjelovanje na njihovoj redovitoj



Tribini četvrtkom, u okviru koje je predsjednica DKTK i direktorica službe Regulatorni poslovi,

dr.sc. Nada Knežević održala predavanje na temu „Genetski modificirana hrana - sedamnaest godina poslije“.

Program se nastavio posjetom Prehrambeno-biotehno-loškom fakultetu, gdje su prof. Brnčić i njegovi suradnici vrlo iscrpno objasnili rad poluindustrijskog laboratorija te mogućnosti primjene njihovih istraživanja u industriji. Posjet Zagrebu završio je u ležernom raspoloženju, zanimljivim turističkim obilaskom centra Zagreba i sudjelovanjem na pretpremijeri predstave Bunjevački blues, glumačke družine Histrioni. (DKTK)

Predavanje „Primjena LEAN principa u prehrambenoj industriji“

Održala su ga dvojica renomiranih predavača, prof. Earl Murman s prestižnog američkog sveučilišta Massachusetts Institute of Technology i prof. Nedeljko Štefanić sa zagrebačkog Fakulteta strojarstva i brodogradnje, inače predsjednik hrvatske LEAN management inicijative. Predavanje je organizirano s ciljem upoznavanja sudionika s važnošću okretanja od tradicionalnog ka Lean načinu razmišljanja koje smanjenju gubitke u poslovnim procesima, naglašava izvrsnost i kao rezultat, povećava konkurentnost na tržištu. Kroz samo predavanja sudionici su imali priliku čuti iskustva prof. Murmana o primjeni LEAN principa u javnim službama i višestrukim koristima koje je primjena

LEAN-a donijela za korisnike usluga, ali i za zaposlenike kao davatelje usluga. Prof. Štefanić je sudionike upoznao sa samim osnovama LEAN principa te dao širu sliku primjene kroz primjere iz prehrambene industrije. Također je naglašena uloga upravljanja promjenama prilikom same implemetacije LEAN principa.(I.L.)



Postignut rekord svih sezona

Odlične sportske priče u Istri, Dalmaciji i Slavoniji

Nakon što je po tragu medvjedih šapa koje su prošarale ulice Novske odšetao iz svoje nove špilje uređene u podrumu osnovne škole, medvjedić Lino uputio se prema jugu. Najprije je posjetio Buzet i školu Vazmoslava Gržalje u kojoj je lani upoznao najbolje maskirane navijače i školski rock band koji mu je svirao na finalu u Karlovcu. Uvjerio se da su navijači još kreativniji, mali rokeri još žešći pa im je uputio pozivnicu za ponovno druženje na osmoj završnici. Uz njih Buzet će predstavljati Erik Greblo i Martina Černek koja je prema pobjedi vodio vaterpolista Ivan Buljubašić osvajač zlatne olimpijske medalje, vlasnik dvije svjetske bronce i naslova europskog prvaka. Iz Istre Lino je odskakao na Pag uz pomoć Blanke Vlašić, a u OŠ A.G. Matoša u Novalji pridružili su im se Jure Jerbić kapetan NK Zadar i košarkaš Toni Dijan. Blankin dolazak izazvao je pravu euforiju na otoku, u dvoranu su došli i brojni roditelji, a svi zajedno svjedočili su postizanju rekorda svih sezona Lino višebojca.

Antonio Bjondić, učenik petog razreda osvojio je čak 180 bodova što još nikome nije pošlo za rukom.

Ravnatelj škole obećao je da će borbenog dječaka na finale pratiti autobus navijača u kojemu je naravno rezervirano i mjesto za pobjednicu među djevojčicama Leu Mirčić. Morsku rutu zatim je zamijenila široka Slavonija i nakon šest godina ponovni dolazak u Privlaku. A tamo još veće veselje, još bolje maske i ogromno ushićenje zbog dolaska potencijalnog nasljednika njihovog Mirka Filipovića. Naime Lino im je iz Koprivnice doveo Domagoja Buhinjaka mladog prvaka države u K1 do 81 kg, koji je zajedno s trofejnim odbojkašem i izbornikom muške reprezentacije Igorom Šimunčićem osmislio još jednu odličnu sportsku priču. Njeni junaci postali su Tomislav Lučić i Valentina Jurić. (J.L.)



Priznanja plemenitim darivateljima krvi

Najbrojniji članovi DDK Podravka

Uružene zahvalnice, priznanja i plakete

Po broju darivanja krvi na 100 stanovnika Koprivnica se svrstava na visoko treće mjesto u Hrvatskoj, dok je sa 6.91 davanjem na 100 stanovnika Koprivničko-križevačka županija na prvom mjestu. Iza ovih odličnih rezultata stoji velika obitelj plemenitih darivatelja, među kojima su najbrojniji članovi DDK Podravka. Želeći im odati priznanje za humanost, gradonačelnica Koprivnice Vesna Želježnjak je u povodu Dana Dragovoljnih darivatelja krvi, priredila svečano primanje za darivatelje krvi koji su ovu dragocjenu tekućinu darivali 35 i više puta (žene) i 50 i više puta (muškarci). Ovom svečanošću ujedno je obilježena 135. godišnjice rada i djelovanja Crvenog križa na tlu Hrvatske, 60 godina organiziranja dobro-

voljnog darivanja krvi u organizaciji Crvenog križa, te 20 godina međunarodnog priznanja Hrvatskog Crvenog križa.

Uspješne akcije darivanja krvi

Na velike uspjehe u akcijama darivanja krvi podsjetio je predsjednik GD CK Koprivnica dr. Dražen Sačer istakavši da je

U 2012. godini prikupljeno 5985 doza krvi, a u ovogodišnjem desetomjesečnom razdoblju brojka je dosegla 4354 doza krvi.

Plemenita obitelj „zlatnih“ dobrovoljnih darivatelja krvi sada broji njih 638. Za jubilarni broj darivanja krvi uručena su priznanja, a među dobitnicima su i brojni zaposlenici i umirovljenici Podravke. (J.L.)



Predavanje akademika Jakše Barbića

Hrvatski pravni sustav nakon prilagodbe europskoj pravnoj stečevini

Predavanje akademika Jakše Barbića, održano u Podravki, izazvalo je veliki interes Podravkinih zaposlenika čiji je posao vezan uz područje prava, ali i brojnih gostiju koji su se odazvali pozivu. Naime, predavanje je upriličeno uoči izlaska njegove nove knjige iz područja sudske prakse. Dobrodošlicu akademiku Barbiću poželio je predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić naja-



vivši predavanje Akademik Barbić naveo je niz konkretnih primjera utemeljenih na do sada skupljenoj sudskej praksi Republike Hrvatske, usporedivši je s europskim zemljama i time dajući odgovore na pitanja o trenutnom položaju Hrvatske u pravnom sustavu. Najveće promjene dogodile su se u području prava, istaknuo je tijekom svojeg predavanja, a kao česte greške u pravnom sustavu uz formulacijske i sadržajne, naveo je među ostalima, nepoštivanje temeljnog zakona, suprotnosti među propisima, česte izmjene propisa. Koraci koje predstoje su sređivanje pravnog sustava kako bi bio primjenjiv, zatim edukacija i u konačnici – specijalizacija, rekao je akademik Barbić. (I.L.)

Fondovi Europske unije (1)



U kontekstu ulaska Hrvatske u Europsku uniju najčešće se spominju europski fondovi i financijske mogućnosti koje se kroz njih otvaraju državi, njenim građanima i gospodarskim subjektima. Fondovi Europske unije su financijski instrumenti ostvarenja kohezijske politike EU: nastojanja EU-a da se prevladaju socijalne i gospodarske razlike između regija u Uniji, tj. da se razviju manje razvijene članice Unije kako bi mogle ravnopravno sudjelovati na europskom tržištu. Kohezijska politika usmjerena je na ostvarivanje tri cilja:

- Konvergencije - smanjivanje razlika u razvoju između regija EU
- Regionalne konkurentnosti i zapošljavanja – rast zapošljavanja kroz jačanje konkurentnosti i privlačnosti pojedinih regija za poduzetnike i investitore
- Teritorijalne suradnje - jačanje prekogranične suradnje između zemalja i regija

Europska unija razrađuje svoje javne politike i prioritete razvoja za određeni budući vremenski period. Trenutno završava sedmogodišnje razdoblje 2007. – 2013. te se intenzivno radi na pripremi programa i ciljeva za sljedeće sedmogodišnje razdoblje 2014. – 2020.

Navedeni programi i ciljevi ostvaruju se putem financijskih instrumenata Europske unije – fondova EU-a. To su Kohezijski fond, Strukturni fondovi (Europski socijalni fond i Europski fond za regionalni razvoj), Fond za pomorstvo i ribarstvo i

Poljoprivredni fond za ruralni razvoj. Sve fondove zajedno zovemo Europski strukturni i investicijski fondovi (ESI).

Pametan, održiv i uključiv rast

Za financijsko razdoblje 2014. – 2020., Europska unija donijela je strategiju Europa 2020 koja pretpostavlja: pametan (investicije u istraživanje, inovacije i edukacije), održiv (pomak ka ekonomiji s niskim udjelom ugljičnog dioksida) i uključiv (s naglaskom na kreiranje poslova i smanjenje siromaštva) ekonomski rast. Takav rast nastojat će se postići kroz pet velikih ciljeva:

- povećanje zaposlenosti (s naglaskom na mlade),
- ulaganje u istraživanje, razvoj i inovacije,
- ulaganje u obrazovanje (smanjenje broja mladih koji napuste školovanje, cjeloživotno učenje),
- poticanje socijalne uključivosti
- klimatsko/energetski napredak.

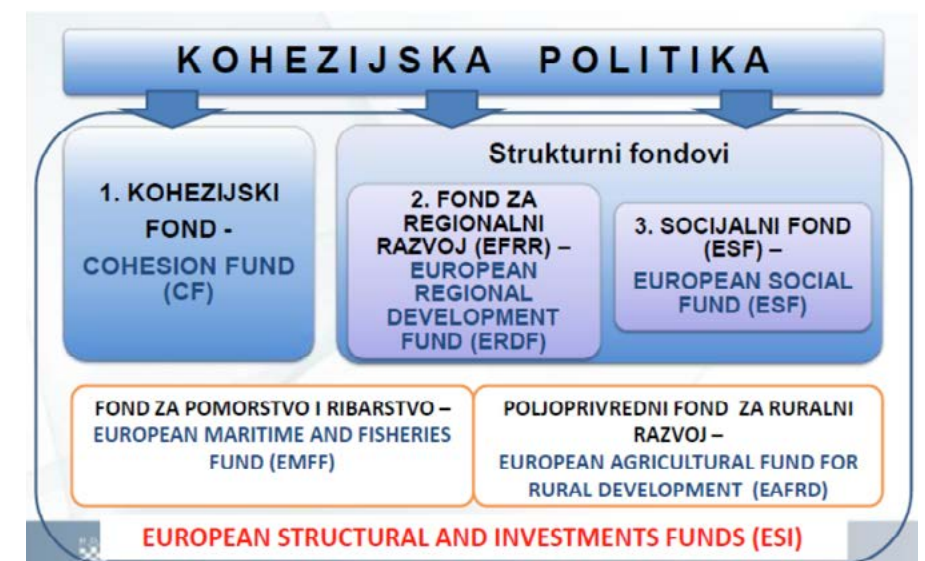
Na temelju postavljenih ciljeva,

EU je identificirala 11 tematskih ciljeva u okviru kojih svaka država članica sama odabire investicijske prioritete, tj. definira prioritetna područja za razvoj, budući da se od svake države članice očekuje da glavne ciljeve EU-a prilagodi svojim nacionalnim interesima.

11 tematskih ciljeva EU

1. Jačanje istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija
2. Poboļšani pristup, korištenje te kvaliteta informacijskih i komunikacijskih tehnologija
3. Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća, poljoprivrednog sektora te sektora ribarstva i akvakulture
4. Podrška prijelazu prema ekonomiji temeljenoj na niskoj razini emisije CO₂ u svim sektorima
5. Promicanje prilagodbe na klimatske promjene, prevencija i upravljanje rizicima
6. Zaštita okoliša i promicanje učinkovitosti resursa
7. Promicanje održivog prometa te uklanjanje uskih grla u ključnoj infrastrukturi
8. Promicanje zapošljavanja i podrška mobilnosti radne snage
9. Promicanje socijalnog uključivanja te borba protiv siromaštva
10. Ulaganje u obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje
11. Jačanje institucionalnih kapaciteta te učinkovita javna uprava

Fondovi kohezijske politike



Radomir Bašić Bašo, stručni suradnik Belupa

36 godina veze s Belupom



Možete li zamisliti da je netko više od 36 godina lojalan tvrtki? Upravo je to bio Radomir Bašić, stručno-komercijalni suradnik Belupa koji je na tom radnom mjestu radio od 8. svibnja 1977. godine pa sve do 1. studenoga ove godine. Cijeli radni vijek, kako ga prijatelji zovu, Bašo je na terenu prodavao lijekove svakodnevno komunicirajući s mnogobrojnim farmaceutima i doktorima. Bašo je napustio Belupo i čeka zasluženu mirovinu. Koliko je volio svoj posao i gotovo ga vizionarski nagovijestio najbolje dokazuju njegove riječi na početku razgovora:

- Još dok sam studirao na Prehrambeno-biotehnološkom fakultetu shvatio sam da za mene nisu kemijski pokusi, teorija i formule pa sam već onda maštao da ću jednoga dana za neku farmaceutsku tvrtku prodavati lijekove na terenu. Vidio sam se kao samostalnog, produktivnog radnika koji ima svoju slobodu i ostvaruje poslovne rezultate po kojima će me cijeniti. Taj moj san je ostvaren u Belupu, gdje sam cijeli radni vijek radio kao stručni suradnik u početku iz Dubrovnika za južnu Dalmaciju, Hercegovinu i Crnu Goru, a kasnije iz Zagreba za Podravinu, Zagorje i Zagreb.

ZANIMLJIVA POSLOVNA KARIJERA. NAIME, U BELUPU SU SE MIJENJALI DIREKTORI, UPRAVE, A BAŠO JE STALNO BIO STRUČNI SURADNIK.

-Najvjerojatnije aludirate zašto nisam

dogurao do neke rukovodeće pozicije. Pa kao što sam rekao, oduvijek me privlačila samostalnost, rad bez radnog vremena, ali istovremeno i odgovornost za vlastite rezultate. Osim toga, znam da nemam taj prirodni dar da mogu rukovoditi s drugima ljudima, nego samo sa sobom, maksimalno koliko mogu.

IMAM DOJAM DA STE JEDAN OD RIJETKIH LJUDI KOJIMA SE OSTVARIO ŽIVOTNI SAN.

- Pa može se tako reći jer izuzetno sam se emotivno vezao za Belupo i bez obzira kada danas kažete koliko volite svoju tvrtku, ljudi misle da foliraš. No, ja zbilja volim Belupo i voljet ću ga do kraja života.

Srodio sam se s Belupom, s tim radišnim i poštenim Podravcima.

Oduvijek sam prema njima i tvrtki postupao pošteno i naravno, da sam pun pozitivnih utisaka iz te sredine. A posebno mi je drago što sam radio u vrijeme Nikole Felaka koji mi je puno pomagao kada mi je bilo najteže u životu i nadam se da ga mojim radom i zalaganjem u Belupu nisam iznevjerio. Naravno, bilo je tu i još drugih dragih ljudi i kolega pa mislim da bi bilo premalo ova stranica za nabranjanje.

KAO DEFINITIVNO JEDAN OD NAJSTA-

RIJIH BARDOVA PRODAJE LIJEKOVA BELUPA ZANIMLJIVO BI BILO DA KOMPARIRATE PRODAJU NEKADA I PRODAJU DANAS.

- Da me ne bi optužili kao nekakvog apologeta starog sistema jer znam i brojne negativnosti toga sistema, ipak smatram da je bilo više humanosti u svemu tome u odnosu na danas. Zaoštrila se konkurencija, došli su mladi ljudi puni kompeticije, emocije su stavljene u drugi plan, dok smo mi i emocionalno i racionalno sudjelovali u poslu. Danas je samo racio, utilitarizam u prvom planu. Činjenica je da posao čine ljudi i da se od sedamdesetih do danas prodaja duboko promijenila. Modernizacija posla, kompjutori i sve što danas donosi napredna tehnologija kao da je naprosto izbacila ljude i njihove kontakte. Moja stranka je oduvijek bila i ostala – čovjek.

ČIME ĆE SE BAŠO BAVITI SADA U SLOBODNO VRIJEME?

- Moja familija ima jednu malu tvrtku pa ću tu pomagati, a najviše me veseli što ću sada moći više vremena posvetiti unuci Klari. Naravno, neću zaboraviti niti staro društvo Belupovaca te se više družiti s njima, evocirati uspomene. Uz to, bit će više slobodnog vremena za moje drage hobbije – gljive, putovanja, izložbe. Trebat će puno snage, strpljivosti i mudrosti te puno, puno rada za manje novaca nego što se do sada primalo da bi izišli i ostali na površini. (B.F.)



Snježana Nemec, skladištarka u tvornici juha

Utrka koja život znači

Nizanje kilometara, izdržavanje napora do krajnjih granica, treninzi po kiši i jakom suncu, stres uoči natjecanja, uobičajena su svakodnevica atletičara dugoprugaša. S njom se u sedam godina bavljenja atletikom u AK Podravka odlično zaživjela Snježana Srbiš u kojoj je veliki talent prepoznao tadašnji trener prof. Marijan Kuharić. Neumorno je trenirala, nizala uspjehe na 800 i 1500 metara, postala prvakinja Hrvatske u krosu, postavila rekord staze na nekad jakom Yassa maratonu u Varaždinu gdje je 3000 metara istrčala za 10,37 minuta. A onda je rekla zbogom atletici, udala se, postala majka. Sprinterice su spavale u najdubljem dijelu ormara, ali sportski duh je ipak vladao u Snježaninom domu. To ne treba čuditi jer suprug Damir



Nemec uspješni je hrvač koji je tijekom plodne karijere bio državni prvak i srebrni na balkanskom prvenstvu. Sinove Lea i Dejana od malih su nogu usmjeravali prema sportu, stariji se bavio atletikom, a mlađi je izabrao nogomet. I dok se Snježana, koja već 25 godina radi u Podravki, radovala sportskim uspjesima sinova, dočekao ju je najveći životni izazov – suočavanje s opakom bolešću. Nije pokleknula, proradio je njen sportski duh i želja za pobjedom, a urođeni optimizam i vedrina kao da su dobili dodatnu energiju. Čim je to dozvolio oporavak nakon operacije, potražila je svoje sprinterice i počela nizati kilometre. Najprije lagano trčkanje, a onda sve brže i duže. Trim staza u Crnoj gori bila je najbolji teren za liječenje, tim više što je uz nju bila sestrlična Slađana, također bivša sportašica koja joj je pružala veliku podršku. Zajedno su odlučile da rekreativno trčanje dopune sudjelovanjem na utrkama. Najlogičniji izbor bila je utrka Terry Fox Run u Zagrebu, humanitarna akcija kojom se prikupljaju sredstva za istraživanje raka i pomoć oboljelima

od te bolesti. -Na utrci Terry Fox Run sudjelovala sam godinu dana nakon operacije. Prožimale su me duboke emocije. Zapravo sam svoju bitku za život prepoznala u toj utrci. I eto ponovno sam sudjelovala i ove godine. a trčala sam i na humanitarnoj utrci DM. Dok trčim nije mi baš lako, čak pomislim i na odustajanje, ali ipak nastavljam dalje i što je kraj bliže to sam svjesnija da bih morala više trenirati kako bi mi bilo lakše. Dodatnu snagu daju mi suprug i sinovi koji navijaju za mene, voze me na utrke. I kolege u skladištu u tvornici juha su uz mene, bili su sretni što sam osvojila i nagradu u Tjednu kretanja, a nedavno smo proslavili moje osvajanje brončane medalje na utrci za Dan grada. Svi su mi od srca čestitali čim sam došla na posao – ističe Snježana. A s posla je otrčala kući, doslovce. Jer nakon što završi popodnevnu smjenu najčešće u sprintericama trči kući na Vinicu. Pa ako negdje u ovim jesenjim maglovitim večerima susretne ženu s velikim osmijehom na licu kako trči, mahnite joj u znak podrške. Jer Snježana trči svoj život.(J.L.)

Coolinarika - deset godina s vama



• Coolinarika broji 110.000 aktivnih registriranih korisnika

• Samo prošle godine sklopljeno je preko 120.000 novih prijateljstava, a sadržaj Coolinarike komentirani su preko 1,2 milijuna puta.

• U bazi se nalazi gotovo 130.000 recepata, a u prosjeku korisnici unose oko 70 recepata dnevno.

Ideja o razvoju Coolinarike počinje u proljeće 2003. godine. Tada je Po-

dravkina korporativna web stranica imala dio s receptima te nutricionističkim i kulinarским temama koji je bio jako posjećen. Odvajanje tog segmenta i kreiranje nove web stranice koja će potrošačima Podravkinih proizvoda pružiti informacije iz svijeta kulinarstva i zdravlja s receptima u kojima će biti iskazana primjena proizvoda iz Podravkina asortimana imalo je smisla, pogotovo što u tom trenutku nije bilo tako usko specijalizirane stranice na hrvatskom webu. U studenom iste godine nove kulinarske stranice pod imenom Coolinarika puštene su online.

• **Na stranice se dnevno unese 4 članka i 600 slika.**
• **Nalazi se na 8. mjestu najposjećenijih internetskih stranica u Hrvatskoj, sa oko 60 milijuna učitavanja stranica i oko 7 milijuna posjeta mjesečno.**

Coolinarika.com jedan je od najmlađih Podravkinih brandova koji tijekom 10 godina postojanja bilježi konstantan uspon. Svojim prisustvom na internetskoj sceni pokriva prostor zabavnih, edukativnih i kreativnih kulinarских sadržaja, te postaje platforma koja povezuje korisnike različitih interesa.

Od 2006. i prvog redizajna, Coolinarika.com postaje prva hrvatska društvena mreža s ciljanom tematikom. Prvi razlog posjeta stranicama Coolinarike je razmjena recepata i kulinarских iskustava, a odmah iza toga je međusobno druženje i komunikacija korisnika (chat, privatne poruke, forum, komentari...)

• Barem jedan stanovnik svake zemlje svijeta posjetio je stranice Coolinarike, izuzetak su jedino zemlje središnje Afrike, Kuba, Sjeverna Koreja, Solomonski otoci i Gvajana

• Svake godine organizira se Cool okupljanje na PRC-u gdje mnoga virtualna prijateljstva dobivaju stvaran oblik. Prvo okupljanje održano je 2007. godine.

Korisnici Coolinarike

- Smatram Coolinariku najboljom stranicom ovakvog sadržaja na hrvatskom i njemu sličnim jezicima. Ovdje sam svaki dan, komuniciram, kuham, pregledavam slike i recepte, ovdje sam stekla prijateljstva i u "stvarnom" životu, jednostavno, ovo mjesto mi je i inspiracija i oaza za opuštanja i prilika da razmijenim iskustva sa različitim ljudima iz cijelog svijeta. To smatram prednošću i privilegijom. Ostanite ovakvi kakvi jeste, uvijek u trendu, moderni, mladi i nadasve zanimljivi.

- Moje pohvale i srdačno hvala svima koji se trude oko Coolinarike! Coolinarika mi je poboljšala život i konačno me naučila kuhati, mene - koja sam mrzila kuhinju (jer nisam znala kuhati i uz sav trud mnogi moji raniji pokušaji su bili prava propast ručka za moju obitelj). Sada kuham s "guštom" i veselim se svakom vašem novom receptu koji

Coolerica – najbolji poklon za blagdane!

U želji da sa svima vama podijelimo slavljeničke trenutke, pripremili smo Coolericu s najboljim receptima objavljenima u zadnjih 10 godina. Kako bi vam bila što pristupačnija, rođendansku i postojeće Coolerice u spiralnom i tvrdom uvezu ponudili smo po cijenama sniženim i više od 50 posto.

• spiralni uvez (točno 72 stranice) = 50 kn
• tvrdi uvez (68 stranica) = 80 kn.

mi izvanredno uspije. Za divno čudo čak sam postala maštovita i sada i sama dodajem neke sastojke, koji jelo čine vrlo ukusnim.

- Coolinarika mi je promijenila pogled na spravljanje slastica. Sad jednostavno uživam i drago mi je što mogu podijeliti svoje kreacije sa svima vama. Pa čak i one koje nisu baš "ispale". Lijepo je znati da ste tu!

- Ja Coolinariku naprosto obožavam. Uprkos dugogodišnjem kulinarском iskustvu bilo je mnogo stvari koje mi nisu uspijevale, ali uz vašu pomoć, vaše savjete, ideje i slike sada sve izgleda bolje. Hvala što postojite."

- Ne znam koju riječ da odaberem, a da bude u skladu s onim što nam se ovdje pruža. Puno je toga za naučiti, puno divnih članova uvijek



raspoložениh da pomognu oko bilo čega. Jednostavno je sve na jednom mjestu, sretna sam i ponosna što sam član Coolinarike.



Blagdanska ponuda vrijedi do 31.12. i u tom razdoblju možete naručivati navedene formate po sniženim cijenama. Knjiga recepata s lijepom posvetom, vašim naslovom i slikom naslovnice može biti odličan poklon za prijatelje ili članove obitelji.

• Blagdanski kolači
• Novogodišnji party
• Cool 10 godina

...samo su primjeri kako i vi možete pripremiti svoju zbirku omiljenih recepata. Preduvjet za kreiranje i kupnju Coolerice je da budete registrirani korisnik pa ukoliko se još niste registrirali na Coolinarika.com, ovo je prilika da postanete članom i iskoristite pogodnosti koje vam nudimo. Dodatne pojedinosti saznajte na Coolinarika.com.



Renesansna kraljevska večera u hotelu Art

Zahvaljujući uspješnoj višegodišnjoj suradnji kuharske ekipe hotela Art iz Slavenskog Broda i Podravke, u hotelskom restoranu Vidikovac priređena je kraljevska gozba koja je svojim delicijama i atmosferom oduševila sve goste. Uz svijetle i renesansnu glazbu poslužena su rebrica od divlje svinje, rolada od kopuna s keljem u umaku od kadulje, čarobni zalagajčići – hajdina kaša, pečeno meso u kosanoj masti, jelenji file sa šumskim voćem, file soma u bademovom mlijeku, kraljevski

odresci, pečene jabuke, pite od krušaka i badema i još puno toga. Podravkin promotor kulinarstva Zlatko Sedlanić sa svojim suradnicima je prema izvornim srednjovjekovnim receptima, ali koristeći suvremene Podravkine proizvode poput Vegete mediteran i pikant, Podravkinog brašna, džemova, kompota, šampinjona, meda, heljde pripravo raskošne specijalitete koji su sve ostavili bez daha. Svoje mišljenje gosti su izrazili u posebnom upitniku gdje su jelima date najviše ocjene, a veliki broj njih postavio je pitanje: Kada će se gozba ponoviti? Zanimljivu gastronomsku ponudu popratili su brojni lokalni mediji, a s obzirom da je priprema zahtjevne večere bila i odlična edukacija za tamošnje kuhare dio jela naći će se u svakodnevnoj ponudi hotela Art. (J.L.)



Ujedinjena konferencija Zagrebačke burze i fondovske industrije s Podravkom

Kako u nepovoljnom okruženju prepoznati razvojni potencijal? Upravo su na to pitanje pokušali odgovoriti sudionici konferencije 'Izazov promjene: kreiranje mogućnosti' na ujedinjenoj konferenciji Zagrebačke burze i fondovske industrije koja je održana u rovinjskom hotelu Lone. Zagrebačka burza i Udruženje društava za upravljanje mirovinskim fondovima i mirovinskih osiguravajućih društava te Udruženje društava za upravljanje investicijskim fondovima pri Hrvatskoj gospodarskoj komori prošle su godine udružili snage i kreirali konferenciju koja se profilirala u središnje mjesto susreta domaće i regionalne financijske zajednice, s više od 350 sudionika te vodećim domaćim i stranim stručnjacima. Podravka kao jedan od pokrovitelja ove konferencije prezentirala je, ne samo svoje sve bolje rezultate i uspješnije poslovanje kroz financijske pokazatelje, nego i pravu vrijednost ove kompanije, a to su upravo djelat-



nici i kvalitetni proizvodi od kojih su promotori kulinarstva pripremili moderan i zanimljiv domjenak kroz koji su upravo prezentirali širinu i kvalitetu naših proizvoda te stručnost zaposlenika. (Z.D.)

Jelovnik za prosinac

02.12.2013.	ponedjeljak	Varivo grah s ječmenom kašom, kuhani hamburger, salata
03.12.2013.	utorak	Umak bologneze, tijesto špageti, salata
04.12.2013.	srijeda	Pečena svinjetina, kis. kupus dinstani, krumpir slani
05.12.2013.	četvrtak	Junetina na lovački, pire krumpir, salata
06.12.2013.	petak	Vinski gulaš, desert
09.12.2013.	ponedjeljak	Varivo grah s kiselim repom, rolana lopatica
10.12.2013.	utorak	Svinjetina u saftu, tijesto, salata
11.12.2013.	srijeda	Pečenica, varivo špinat, pire krumpir
12.12.2013.	četvrtak	Pečena piletina, kaša hajdinska, salata
13.12.2013.	petak	Varivo kupus u rajčici, kosani odrezak, desert
16.12.2013.	ponedjeljak	Varivo grah s kis. zeljem, kobasica
17.12.2013.	utorak	Junetina na lovački, riža sa šampinjonima, salata
18.12.2013.	srijeda	Pohana pureća prsa, pirjano povrće, salata
19.12.2013.	četvrtak	Pileći paprikaš, tijesto, salata
20.12.2013.	petak	Pečena svinjetina, dinstani krumpir, salata

Odvojeni obračun primitka u naravi s osnova prehrane od plaće u novcu

Sukladno zakonskim odredbama uvodi se novi jedinstveni obrazac JOPPD 'Izvešće o primicima, porezu na dohodak i prirezu te doprinosima za obvezna osiguranja'. S obzirom da obrazac JOPPD propisuje zasebno iskazivanje primitaka u naravi s pripadajućim obveznim doprinosima, porezom na dohodak i prirezom, obračun primitaka u naravi (s osnova prehrane, korištenja službenih vozila i sl.) će ubuduće biti odvojen od obračuna plaće u novcu. Navedeno znači da će se temeljem rezerviranih blokova za prehranu početkom mjeseca, primitak u naravi obračunati i s tog osnova uplatiti javna davanja krajem mjeseca. Radnicima će se i nadalje obustavljati participacija 5,00 kn s plaćem u novcu 14. idući mjesec za prethodni kao i dosada. Radnicima će se obračunski list za obračun primitka u naravi temeljem kojeg nema uplate na račun radnika, dostavljati zajedno s obračunskim listom plaće u novcu.

Smanjeni iznos obustave na plaći za dopunsko zdravstveno osiguranje

Zbog promjene cijene police dopunskog zdravstvenog osiguranja na 70 kn radnicima je umanjen iznos obustave na plaći za listopad 2013. godine, isplata 14.11.2013. HZZO je donio Odluku o cijeni police dopunskog zdrav-

stvenog osiguranja prema kojoj je od 1.10.2013. cijena police za sve osiguranike 70 kn. Za većinu radnika, kojima se na plaći obustavlja iznos police, razdoblje na koje se polica odnosi je od 15. tekućeg mjeseca do 14. sljedećeg mjeseca. Zbog navedenog, došlo je do preplate za razdoblje od 1. do 14. listopada 2013. za koju će iznos obustave na plaći 14.11.2013. biti umanjen. Naredne uplate dopunskog zdravstvenog osiguranja, od isplate plaće u prosincu 2013. godine, će za svakog radnika iznositi 70 kn.

Na plaći za listopad, isplata 14.11.2013., prema dostavljenim podacima iz HZZO-a iznos obustave za dopunsko zdravstveno osiguranje je iznosio:

- **42,38 kn - za radnike kojima je cijena police prethodno iznosila 130 kn**
- **65,38 kn – za radnike kojima je cijena police prethodno iznosila 80 kn**

Radnicima s drugačijim ugovorenim početkom trajanja police osiguranja iznosi obustave će biti umanjene sukladno pripadajućim preplaćenim iznosima. Za sva dodatna pitanja radnici se mogu svakodnevno obratiti u Obračun plaća na brojeve telefona 1166, 1509, 1510, 1511, 1177 i 1501, te u Belupo d.d. na brojeve telefona 2262 i 2263. (Obračun plaća)

Podravkašice na skupu Hrana, ishrana i zdravlje

Upoznati s novim zakonodavstvom Srbije i EU



Na skupu „Hrana, ishrana i zdravlje“ u organizaciji IHIS Nutricionizam održanom u Beogradu, sudjelovale su i tri Podravkašice. Renata Tomerlin, direktorica službe Razvoj ambalaže održala je zanimljivu prezentaciju na temu Ambalaža, sigurnost proizvoda, regulative, propisi, norme EU, a skupu su prisustvovali i Nada Knežević, direktorica službe Regulatorni poslovi te Nevena Sandić, voditeljica uvoza i izvoza u Podravki d.o.o. Beograd.

Predstavnice Podravke na 23. Kongresu CROMAR-a

Znanstveni rad Martine Ferenčić i Ane Wölfling uvršten u program Kongresa

Na 23. Kongresu CROMAR pod nazivom „Marketing in a dynamic environment - Academic and practical insights“, održanom u Lovranu sudjelovale su i predstavnice Podravke.

Udruga CROMAR (Hrvatska udruga za marketing), organizator kongresa, okuplja marketinške stručnjake i entuzijaste iz područja znanosti i prakse. Domaćin

Uz predavače iz Ministarstva zdravlja RS i Privredne komore RS i predstavnike proizvođača i IHIS Nutricionizma, skup je okupio više od 170 predstavnika iz industrije, laboratorija i instituta iz Hrvatske, Srbije i Slovenije. Prema riječima Nade Knežević, osnovni cilj sastanka bio je upoznati sudionike s novim zakonodavstvom Srbije i Europske unije, istraživanjima koja su u pogledu označavanja hrane provedena na teritoriju Srbije, kao i novim trendovima u prehrambenoj industriji Srbije.

Među brojnim temama, na skupu se raspravljalo o zemlji/mjestu porijekla, a u svom je predavanju Blaža Nahtigal iz slovenskog Ministarstva poljoprivrede istaknula kako zemlju/mjesto porijekla za tržište Europske unije nije obavezno navoditi, osim u slučajevima kada temeljem podataka na deklaraciji potrošač može pogrešno zaključiti da se radi zemlji/mjestu podrijetla različitoj od stvarne zemlje/mjesta podrijetla hrane. Osim toga, u Srbiji je prvi puta regulirano područje alergena u novom Pravilniku o označavanju. IHIS Nutricionizam je tijekom 2013. godine proveo istraživanje ispravnosti deklaracija na 2512 uzoraka prehrambenih proizvoda, a rezultati su prikazani po pojedinim kategorijama hrane. Pokazalo se da su visoki udjeli nesukladno deklariranih proizvoda u svim kategorijama, naročito u dijelu deklariranja prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji te navođenja nutritivnih informacija. Na skupu su prezentirane i novosti i mogućnosti u segmentu brzih mikrobioloških analiza, ambalažnih materijala i novih proizvoda. (R)

Kongresa, koji se tradicionalno organizira svaku drugu godinu, bio je Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci. U radu ovogodišnjeg Kongresa sudjelovalo više od 50 marketinških stručnjaka iz Hrvatske, Slovenije, BiH i Mađarske, među kojima su svoje aktivno mjesto našle i Podravkašice Martina Ferenčić i Ana Wölfling, čiji je znanstveni rad na temu „Impact of quality inconsistency on brand loyalty“ također bio uvršten u program Kongresa te Marijana Grđan. Teme pokrivene kroz tri aktivna dana obuhvaćale su širok spektar marketinških tema: upravljanje markama, ponašanje potrošača, CRM na poslovnim i tržištima krajnje potrošnje, e-marketing, marketing i održivi razvoj, marketinška komunikacija, marketinško okruženje, upravljanje marketingom i marketinška strategija, marketing usluga, zeleni marketing, marketing u turizmu i hotelijerstvu te suvremena marketinška praksa. (R)



Poklon KUD-a Podravka gradu za rođendan

Otvaranje godišnje izložbe radova članova Likovne sekcije Podravka 72 privuklo je u Edukacijski centar koprivničke bolnice više od stotinu ljudi. Uz autore slika i skulptura i ljubitelje likovne umjetnosti koji redovito obilaze ovakva događanja tu su se našli i brojni zdravstveni djelatnici. Pokazalo se tako da je odabir izložbenog prostora bolnice Dr Tomislav Bardek dobar potez i da će izložene slike i skulpture dosta



obogatiti svakodnevicu zaposlenika, ali i pacijenata. To je u svom obraćanju na svečanom otvaranju izložbe podvukao i Petar Stapar ravnatelj bolnice pohvalivši usto odličan spoj likovnosti, glazbe i riječi koji je ovom prilikom KUD Podravka podario prisutnima. Naime uz likovne stvaratelje na svečanosti su

se predstavili i Tamburaški orkestar čije su umjetničko vodstvo nedavno preuzeli Jurica Hrenić i Ivan Živković i članice Literarne sekcije Ana Jakopanec i Katarina Cunjak Mehkek. Čestitke vrijednim amaterima uputili su Mišel Jakšić, zamjenik koprivničke gradonačelnice i Nada Šešić predsjednica Zajednice kulturno-umjetničkih udruga Koprivničko-križevačke županije.

U znak zahvalnosti za domaćinstvo izložbe likovnih stvaratelja koji u okviru Podravke i njenog KUD-a djeluju više od četiri desetljeća koprivničkoj bolnici uručena je slika Danice Kuzel. Izložba slika Podravkinih likovnjaka, priređena u povodu Dana grada ostaje otvorena do 31. prosinca. (J.L.)

Podravkaši aktivni i u KUD-u Srce

Kulturno-umjetničko društvo Srce je osnovano 2010. godine radi očuvanja, poštivanja i promicanja izvorne folklorne kulturne baštine prvenstveno koprivničke Podravine kroz tradicijske pjesme i plesove. Okuplja 30-ak članova folklorne i tamburaške sekcije, različite dobne skupine. Na nastupima diljem Hrvatske prezentiraju nošnju koja je rekonstrukcija izvorne nošnje žena Hrvatskog srca iz 1935. godine. Također, nastupima potiču amatersko kulturno stvaralaštvo za očuvanje tradicijskih vrijednosti našeg kraja i za našu kulturnu baštinu te time razvijaju svijest o neizmjernom kulturno-etnografskom blagu.

Uz nastupe, članovi Srca imaju i radionice gdje se izrađuju uporabni predmeti koji se kasnije prezentiraju na sajmovima ili služe društvu za poklone u humanitarnim akcijama i vjerskim svetkovinama. Članovi Srca su bivši (umirovljenici) i sadašnji Podravkaši, ili članovi obitelji radnika Podravkaša te bivši radnici Bilokalnika, bolnice, odvjetničkog ureda. Koliko se voli društvo možda najbolje dokazuju riječi najstarijeg član Andrija Cikača koji uvijek rado ističe da ga sudjelovanje u radu KUD-a “drži još uvijek na životu”. Svake godine imamo preko 20-ak manifestacija na kojima nastupamo te sve troškove putovanja plaćamo sami. Svojim djelovanjem i ovakvim manifestacijama želimo poticati mladež i ostale žitelje prema rodnom kraju i domaćem ognjištu, ali isto tako razvijati dobre međuljudske odnose sa sličnim društvima – istaknula je predsjednica Srca i Podravkašica Maja Raščanec. (B.F.)

Cvjetovi i pejzaži Marine Dvorski



Dio bogatog slikarskog opusa Marine Dvorski Podravkaši mogu vidjeti u malom izložbenom prostoru ispred restorana društvene prehrane. Marina se predstavlja s petnaestak radova na platnu i staklu na kojim dominiraju podravski pejzaži i cvijeće. Ova članica Likovne sekcije Podravka 72 slikarstvom se bavi sedam godina, do sada je imala sedam samostalnih izložbi, a redovito sudjeluje i u svim likovnim aktivnostima KUD-a Podravka. Izložba slika Marine Dvorski ostaje otvorena do kraja studenoga. (J.L.)



Mladen Frančić, trener Slaven Belupa

Samo radom, redom i disciplinom možemo krenuti naprijed



Nedavno je nakon 12 godina iskusni kopriivnički nogometni stručnjak Mladen Frančić ponovno preuzeo kormilo Slavena Belupa u kojem je proveo najveći dio igračke karijere i s kojim je kao trener (2000/2001. godina) dva puta osvojio peto mjesto te ga prvi put uveo u europsko natjecanje - Intertoto kup. Frančić preuzima Slavenaše u razdoblju kada je „voda došla do grla“. Naime, Slaven Belupo je bio zadnji na tablici s 5 osvojenih bodova, od mogućih 30. Uprava kluba otkazala je suradnju treneru Ivanu Kataliniću i mjesto prvog klupskog stručnjaka povjerila Mladenu Frančiću.

Naš stadion je opet neosvojiva tvrđava

-Sretan sam što sam se vratio u svoj klub u kojem sam proveo najljepše igračke dane i kao trener prvi put ga uveo u Europu. Zahvaljujem se Upravi Slavena Belupa na ukaza-

nom povjerenju i siguran sam da ćemo zajedničkim radom postizati znatno bolje rezultate. Očito da me u klubu nisu zaboravili jer sam kod dolaska vidio osmjehe na licu ljudi koji ga vode i naravno, igrača.

Emocije su svježije i jako mi je drago da sam opet u sredini koju volim kao i svi istinski Slavenaši.

Predstoji nam veliki posao, ali budite uvjereni da ćemo ga uspješno obaviti. Samo radom, redom i disciplinom se može krenuti naprijed. To sam tražio u svakom klubu u kojem sam radio i rezultati nisu izostali. Igrači su svjesni toga i tu nema nikakvog mudrovanja. U Kopriivnici su se nekada teško osvajali bodovi, dok se to ovog proljeća i jeseni događalo vrlo lagano. Uvjeran sam da će naš stadion od sada opet biti neosvojiva tvrđava za mnogo prvoligaše, jer to od nas traže naši navijači i ljudi koji vole klub. Tražit ću maksimalnu odgovornost u igri svakog pojedinca i cijele momčadi, jer je samo to garancija za rezultate koje očekujemo - kazao je tada Mladen Frančić. Koliko je bio u pravu dokazuje statistika. Nakon 6 odigranih kola pod njegovim vodstvom Slaven Belupo je od mogućih 18 bodova ostvario 9, što je 50 posto osvojenih bodova.

Vratiti klub na staze koje on svojim dugogodišnjim ulaganjima zaslužuje

-Vidljiva je razlika, ne samo u sta-

tistici, već i nekom novom pristupu igri. Nogometaši Slaven Belupa su pokazali karakter, želju i volju te da mogu igrati dobar i kvalitetan nogomet na ponos svojih navijača i sponzora Podravke i Belupa. Prva liga sada broji deset klubova, nema slabih suparnika i svaki je susret od najveće važnosti. Mi ćemo ići iz utakmice u utakmicu u kojima ćemo pokazati da možemo igrati sa svakim i nikome od naših protivnika neće biti lako. Slaven Belupo će sigurno ostati u ligi, a ja ću prije svega stvoriti momčad u kojoj će se znati tko što radi i gdje je kome mjesto. Najveća mi je želja vratiti klub na staze koje on svojim dugogodišnjim ulaganjima zaslužuje.

Nismo opterećeni Europom

S obzirom da se Slaven znatno popravio u odnosu na razdoblje prije vas, kopriivnički navijači već vide naš klub u Europi i to kroz Kup. Što vi mislite? -Prije svega mi moramo osigurati opstanak u Prvoj ligi, a onda ćemo razmišljati o Kupu u kojem su uvijek moguća iznenađenja i to čini njegovu draž. Upravo smo to vidjeli i doživjeli u kup utakmici protiv Lučkog kojega smo pobijedili 5:4. Nismo opterećeni sa nikakvom Europom, već poštenim odnosom prema dresu Slaven Belupa. Kada se svi budemo u tom kontekstu ponašali, onda rezultat neće izostati. Gdje vidite Slaven Belupo na kraju prvog djela prvenstva? -Do kraja prvog dijela prvenstva želim da Slaven Belupo bude stabilan prvoligaš u zlatnoj sredini ljestvice - rekao je na kraju razgovora Mladen Frančić (B.F.)

Liga prvakinja 6. kolo

Podravkašice ušle u Kup kupova

Iako su na gostovanju kod španjolske ekipe Bera Bere, u 6. kolu Lige prvakinja izgubile 28:19, rukometašice Podravke Vegete ušle su u Kup kupova jer su u prvoj kopriivničkoj utakmici pobijedile Španjolke s 11 pogodaka razlike. Iako su slovile kao favoritkinje, Podravkašice su u Španjolskoj pred kraj susreta već strepile da neće ostvariti plasman u daljnje europsko natjecanje. No, ipak je kopriivnička razlika bila veliki zalogaj za ekipu Bera Bere te će tako Kopriivničanke igrati u šesnaestini finala Kupa kupova protiv ruskog Rostova u veljači iduće godine. - Prošli smo u Kup kupova i to je veliki uspjeh jer



nam na početku natjecanja nitko nije predviđao prolazak tako daleko – zadovoljno je izjavio trener Podravke Vegete Goran Mrđen nakon španjolske utakmice.(B.F.)

Školska olimpijada

Poznati kopriivnički sportaši i medvjedić Lino razveselili osnovce

Među brojnim manifestacijama organiziranim povodom Dana grada svojom masovnošću ističe se Školska olimpijada. Okupila je oko tisuću djece iz nižih razreda svih kopriivničkih osnovnih škola koji su se s puno veselja natjecali u trčanju, štafeti, bacanju loptice u dalj, skoku u dalj, nogometu (dječaci) i graničaru (djevojčice). Školsku olimpijadu je organiziralo Društvo naša djeca Kopriivnica u suradnji sa Zajednicom sportskih udruga Kopriivnice, Obrtničkom i Srednjom školom te Gimnazijom „Fran Galović“, a podršku su dali Grad Kopriivnica, Podravka i Bogadi grafika. Osim malih sportaša, olimpijada je okupila i najbolje izvođače kulturnih programa iz svih škola, uključujući i COOR Podravsko sunce. Posebno veselje izazvao je dolazak medvjedića Lina koji je bodrio male sportaše, skakao s njima u dalj, tješio poražene, grlio pobjednike a njegova utrka s hrvačima Sandrom i Filipom Frankolom izazvala je pravi urnebes u sportskoj dvorani. Veselje je izazvao i dolazak ostalih poznatih ko-



privničkih sportaša iz klubova koje podupire Podravka, a koji su uručili medalje najuspješnijim natjecateljima. Uz braću Frankol (Hrvački klub Podravka) s djecom su se družili Mario Gregurina, Mateas Delić, Dario Melnjak i Hrvoje Plazanić (Slaven Belupo), Dina Havić, Ivana Kapitanović, Tina Gavrančić i Anita Poljak (Podravka Vegeta), te Željka Orehovec, Ana Jambrović i Helena Bolić (Kuglački klub Podravka). U konkurenciji djece iz prvih razreda najuspješnija je bila OŠ „Antun Nemčić Gostovinski“, kod drugih i četvrtih razreda OŠ Braća Radić, dok je u uzrastu trećih razreda pobjeda pripala učenicima OŠ „Đuro Ester“. Ukupni pobjednik 3. Školske olimpijade je OŠ Braća Radić.(J.L.)

Drugi kup u stolnom tenisu Kopriivnice

Mustač i Zlojutro brončani

U organizaciji Stolnoteniskog kluba Podravka, a pod pokroviteljstvom Grada Kopriivnice održan je 2. Kup grada Kopriivnice na kojem je nastupilo 40-ak stolnotenisača seniorske i veteranskih kategorija. Iako nastupa

na natjecanjima osoba s invaliditetom naš Dražen Mustač je zajedno sa Damirom Zlojutrom osvojio brončanu medalju u igri parova seniora od 40 do 49 godina. A ipak je bila riječ o profesionalnoj konkurenciji u kojoj su nastupili ponajbolji hrvatski stolnotenisači.(B.F.)

Po čemu su žene slične ribolovcima? Stalno žale za onima što su im umakli i preziru one koje su upecale.

Kako se zove muškarac koji ima ljubavnicu? Svinja! A kako se zove muškarac koji nema ljubavnicu? Lijena svinja!



Kako se razmnožavaju ježevi? Vrlo, vrlo oprezno!

Koja je razlika između muža i psa? Nema je. Obojica gledaju kao da te razumiju.

Uhvatio Mujo zlatnog slona, pa mu slon kaže: ‘Mujo, pusti me, ispunit ću ti tri želje!’ ‘Ma kakve tri želje, ideš ti meni kod zlatara!’

‘Zašto više ne igraš šah s onim penzionerom?’ ‘A bi li ti igrao šah s nekim tko stalno vraća poteze, mrmlja i krađe figure?’ ‘Ne bih, naravno.’ ‘E, pa neće ni on.’

Držite pištolje u frižideru. Za hladno oružje vam ne treba dozvola.



Kako prometni policajac smanjuje gužvu na kružnom toku? Ode na pauzu.

Otvorio medo dućan i dođe zec prvi dan i pita imaju li jagoda. Medo kaže da nemaju. Ali zec je bio uporan i svaki dan dolazio pitati isto. Medo mu kaže: Ako još jednom dodeš tražiti jagode, prikucati ću te čavlima na zid. Dođe slijedeći dan zec i pita: Imate li možda čavli? Medo kaže da nemaju, a zec će na to: A jagoda?

‘Haso, bolan, zašto piješ toliko?’ ‘Pokušavam utopit probleme, ali prokleta gamad zna plivat!’

‘Svađaju se muž i žena. Žena: ‘Sve novce trošiš na alkohol!’ Muž: ‘Ti kupuješ šminku od 100 eura!’ Žena: ‘Ali kupujem je da bi ti bila lijepa!’ Muž: ‘Pa i ja pijem da mi budeš lijepa!’

Prije sata vjeronauka sin ispituje oca. ‘Tata, kako se zvala Adamova punica?’ ‘Adamova punica’, zgrane se otac. ‘Pa Adam nije imao punicu. To je bio raj, sine moj!’

‘Dolazi Mujo pijan kući, ali ga Fata ne želi pustiti. Govori joj Mujo: ‘Pusti me, draga, nosim cvijeće najljepšoj ženi.’ Fata otvara vrata: ‘A gdje je cvijeće?’ ‘A gdje je najljepša žena?’

Sretne Ivica Jamesa Bonda i pita ga koliko je sati. Na to ovaj odgovara: ‘Deset. Pola deset!’

Izlazi policajac iz pekare i sretne

kolegu, pa mu kaže: ‘Ako pogodiš koliko kifli sam upravo kupio, dat ću ti obje.

‘Bio simpozij pivara, pa u pauzi išli ljudi nešto popiti. I sad, predstavnik Heinekena naruči Heineken, onaj iz Tuborga naruči Tuborg, onaj iz Stelle naruči Stellu, samo Irac iz Guinnessa naruči Pepsi. Pitaju ga ostali: ‘Pa dobro, kako možeš na simpoziju pivara naručiti Pepsi?’ ‘Ma... Kad nećete vi pivu, neću ni ja.’

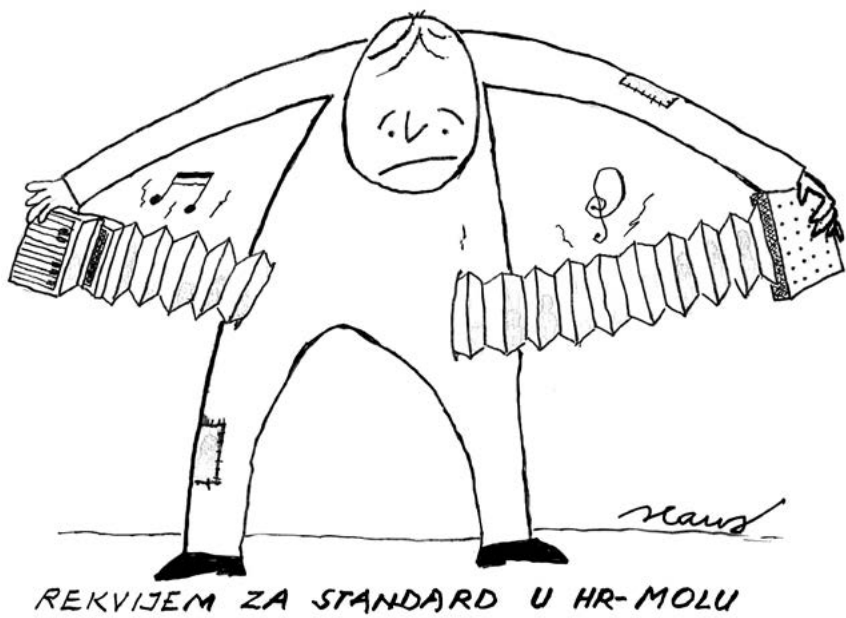
Pita učiteljica Ivicu: ‘Ivice, koliko znaš o Platonu?’ Ivica će: ‘Isto koliko i Platon o meni!’

Zašto žene piju kavu dok razgovaraju? Da ne bi zaspale dok jedna priča.

Dobio Mujo na lutriji tri milijuna maraka. Sav veseo ulazi u kuću i na sav glas kaže: ‘Fato, pakiraj se!’ ‘A kamo ćemo’, upita ona. ‘Ja ne idem nikud!’



Kaže liječnik Muji: ‘Na žalost, moram Vam reći da ćete živjeti još godinu dana.’ ‘Od čega ću doktore živjeti još godinu dana?’



PETAR

UČENJE O LIJEPOM

PROVO-DITI ANKETU

ANTI-KVARI

TOKO OD MILJA

ZAMALO

MARKA BRITAN-SKOG AUTA

PJEVAČ KABILJO

JOCO, JOCKO OD MILJA

KEMIJSKI ZNAK ZA SREBRO

RIMSKI JEDAN URED-NICI

RADIO JOCKEY

DRUGI I PRVI SAMOG-LASNIK

NJE-MAČKA

KRUG OKO GLAVE SVETACA

DIO KOŠULJE

TETAK OD MILJA

MJESTO NA CRESU

REGIONAL INTERNET REGISTRY

IVO TIJAR-DOVIĆ

ISTRIJAN

GRANA ZOOLO-GIJE "KUKCI"

VRSTA KUKCA DUGIH NOGU

VRSTA UMJET-NOG VLAKNA

PLESNA FIGURA U KADRILI

TITA OD MILJA

ŠARE-NICA OKA

NJEMAČ. FILOZOF IMMA-NUEL

NAPAD, NASRT, ATAK

STRUČ-NJAKINJA ZA IRA-NISTIKU

KRATICA ZA INTERNA-CIONALNO

IZATKAN OKA RIČKO

STARI ISTOČNI SLAVEN

NAJ-TANJE SLOVO

SPORT-SKE NOVOSTI

OVA MJESTO KRAJ NINA

POŠALICA ČAKA STVO-RENJE

BRKOVI, BRČINE POJAVA NA NEBU

POMISAO KRAČA VALEN-TINA

NEKAD PJEVAČ ADAM VLEČI

GOVOR-NIK, RETOR

NEKAD PJEVANJE UKRA-SITI

NORTH KOMAD SALAME

NAŠICE STARIJI VOJNIK

POJAVA NA VODI SKUTERI

PJEVAČICA CETINIC BILJKA PELIN

POMAK U ŠAHU ŽIČANO GLAZBALO

MAHALICA HLADILICA MARKA KOZMETIKE

KISELO VRHNJE PLATINA

DRUŠ-VENO UREĐENJE SVERIGE



Nagradni pojam:

Ime i prezime:

Radna cjelina:

Čestitamo sretnoj dobitnici iz Upravljanja ljudskim potencijalima

Sreća se ovog mjeseca nasmiješila Karmenki Tomašek, referentici iz Upravljanja ljudskim potencijalima. Rješenje je glasilo „Podravski špek“, a sve vas koji ovoga puta niste imali sreće ili se tek želite okušati u ovoj zabavnoj nagradnoj igri, pozivamo da nam pošaljete kupone s vašim odgovorima do 11. prosinca 2013. Točne nam odgovore pošaljite na adresu List Podravka, Kolodvorska bb, s naznakom ZA NAGRADNU KRIŽALJKU. Ime novog dobitnika objavit ćemo u sljedećem broju lista Podravka, u kojem vam spremamo i novi nagradni izazov. (I.L.)

Impressum

Novine dioničkog društva Podravka

PODRAVKA, PREHRAMBENA INDUSTRIJA D.D. KOPRIVNICA

Ante Starčevića 32
48 000 Koprivnica
TEL. 048 651 505
E-MAIL: novine@podravka.hr

ZA IZDAVAČA:
Korporativne i marketinške komunikacije

REDAKCIJA LISTA:
Boris Fabijanec, Berislav Godek,
Jadranka Lakuš, Ines Lukač

LEKTURA:
Ivana Korošec Vujica

NAKLADA:
6000 primjeraka

TISAK:
Printera

List
“Podravka”
čitajte i na:
www.podravka.com

NOVO!

PODRAVKA

Lino[®]
čoko drink

Za zdravi srk
i čoko brk



svijet super zabave čeka te na
WWW.LINO.EU

Popij Lino Čoko drink srk i izreži svoj čokoladni brk!



Poslikaj se sa brkom i
Lino Čoko drinkom



Potražite nas na
Lino