

PODRAVKA



Podravka u 2013. godini

Neto dobit 200 milijuna kuna





grahorice i žitarice –
izvor vitalnosti i zdravlja!

Nutritivno vrlo bogate i zdrave namirnice.
Odličan su izvor proteina, minerala,
vitamina i vlakana.



www.podravka.com

Sadržaj

4. Neto dobit 200 milijuna kuna

- 5. Vijesti – nove tvornice Belupa
- 6. Podravka u 2013.
- 10. Osvrt – marketinške inovacije u 2013.
- 14. Osvrt – Istraživanje i razvoj u 2013.
- 15. Osvrt – najznačajnije nagrade u 2013.
- 16. Vijesti – Darko Baran “Ponos Hrvatske”



- 17. Nagradna igra Podravke i Konzuma
- 18. Razgovor – Damir Perlok
- 20. Vijesti – u EU parlamentu s Podravkom
- 21. Podravka i Esplanade
- 22. Godišnji razgovori
- 23. Vrijednost izvrsnost

24. Kontinuirani razvoj zaposlenika

- 25. Vijesti – Podravkaši u lancu sreće

- 26. Internacionali

- 27. Vijesti – Medvjedi u doigravanju

- 28. Vijesti – humanost Podravke

- 29. Osvrt - 6.000 posjetitelja u Podravki



30. Lino višebojac



Poštovane Podravkašice i Podravkaši, pred vama je prvi ovogodišnji broj naših novina u kojima smo pokušali rezimirati najznačajnija događanja u našoj tvrtki prošle godine, brojne proizvodne-logističke-istraživačke-edukacijske-marketing-prodajne aktivnosti te i priznanja koja smo za naš rad dobivali. No, definitivno najglavnija vijest su ostvareni prošlogodišnji poslovni rezultati – 200 milijuna kuna neto dobiti. Iako je nezahvalno posebno izdvajati događaje koji su obilježili proteklo razdoblje, od prošlog broja naših novina do danas, ipak moramo naglasiti, uz već rečene poslovne rezultate odlična je vijest buduća izgradnja novih Belupovih tvornica, potom su i EU parlamentarci probali Podravkine delicije u Bruxellesu, naši neumorni promotori kulinarstva ili kako ih ja od milja zovem „tava menovi“ kuhaju diljem Hrvatske i promoviraju naše proizvode itd. Svi znamo da u Podravki rade brojni samozatajni i vrijedni ljudi pa nam je posebno drago što imamo i heroja – Darka Barana koji je zaslužen osvojiti nagradu “Ponos Hrvatske” jer je nesebično izvukao susjeda iz goruće kuće. Darko, svaka čast.

Ima u ovom broju novina još brdo toga – od vrlo optimističkog razgovora s direktorom Tržišta istočne Europe Damirom Perlokom gdje s pravom očekujemo dobre poslovne rezultate, humanitarnih akcija Podravke, Coolinarike pa sve do nezaobilaznog Feferona i nagradne križaljke. Uživajte. (R)

- 32. Susret – Natalija Zalar

- 33. Jelovnik

34. Coolinarika

- 35. Chef mjeseca

- 36. Kultura – Noć muzeja

- 37. Sport – Skupština Podravka Vegete

- 38. Feferon

- 39. Križaljka, impressum

PRIVREMENI KONSOLIDIRANI NEREVIDIRANI REZULTAT GRUPE PODRAVKA ZA 2013. GODINU

Neto dobit Grupe Podravka, bez jednokratnih stavki, u 2013. godini iznosi 200 milijuna kuna

Neto dobit Grupe Podravka, bez jednokratnih stavki, veća za 78 posto, sve razine profitabilnosti bilježe značajan porast, a svi troškovi, izuzev troškova marketinga, bilježe značajno smanjenje. Porast prodaje ostvaren na svim inozemnim tržištima.



Neto dobit Grupe Podravka bez jednokratnih stavki u 2013. godini iznosi 200 milijuna kuna, što predstavlja rast od 78 posto u usporedbi s neto dobiti 2012. godine prikazane na usporediv način. Taj rezultat poslovanja pod značajnim je utjecajem jednokratnih stavki koje u razini neto dobiti ukupno iznose 133,4 milijuna kuna te se prvenstveno odnose na usklađenja vrijednosti imovine uslijed restrukturiranja te otpremnina radi zbrinjavanja viška radnika. Ukupna prodaja Grupe Podravka u 2013. godini iznosila je 3.626,0 milijuna što ukazuje da je Grupa Podravka unatoč i dalje prisutnoj tržišnoj krizi na mnogim važnim tržištima uspjela zadržati razinu ukupne prodaje na istoj razini kao i godinu ranije. Pored smanjenja

prodaje na domaćem tržištu, rast prodaje ostvaren je na svim inozemnim tržištima, a najveći apsolutni porast ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe. Prodaja strateškog poslovnog područja (SPP) Prehrana i pića iznosila je 2.773,2 milijuna kuna, što predstavlja smanjenje prodaje od 1 posto. Nešto niža razina prodaje strateškog poslovnog područja Prehrana i pića posljedica je niže prodaje na tržištu Hrvatske, a najznačajniji utjecaj na to imao je proces restrukturiranja kojim su obuhvaćeni niskoprofitabilni proizvodi. S obzirom na duži niz godina nezadovoljavajućih rezultata poslovanja, Podravka je ciljano u 2013. godini smanjila prodaju svježeg mesa te je kroz započeti proces restrukturiranja odlučila iza-

ći iz programa Pića, Pekare te dijela zamrznutog programa. Uslijed toga, prodaja navedenih programa u 2013. godini niža je za 55 milijuna kuna (prodaja svježeg mesa niža je za 31 milijun kuna, prodaja Pića niža je za oko 18 milijuna kuna, dok je prodaja zamrznutog i pekarskog programa niža za oko 6 milijuna kuna). Izuzevši pad prodaje u programima u restrukturiranju ukupna prodaja SPP-a Prehrane i pića veća je za 1,1 posto u odnosu na prethodnu godinu. Sve ostale grupe tržišta bilježe pozitivne prodajne rezultate uz najveći doprinos Poljske, Rusije, Slovenije te Austrije.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 852,8 milijuna kuna, odnosno prodaja je porasla za 3 posto u odnosu na godinu ranije. Navedeni porast generiran je višom razinom prodaje na inozemnim tržištima, koja bilježe rast prodaje od 9 posto, uz najveći doprinos Rusije te Bosne i Hercegovine. Prodaja na tržištu Hrvatske količinski je rasla, ali je uslijed pada cijena vrijednosno niža za 2 posto. Pad cijena dogodio se na cijelom tržištu etičkih lijekova kao posljedica promjena unutar hrvatskog zdravstvenog sustava.

“Završivši poslovanje 2013. godine, slobodno možemo reći kako smo odradili veliki posao i usmjerili Grupu Podravka u sigurniju budućnost. Protekla godina označava značajnu prekretnicu u razvoju Grupe Podravka. Donijete su neke vrlo važne odluke poput primjerice odluke

o izmjeni Statuta Podravke d.d. gdje se u ravnopravni položaj stavljaju svi vlasnici Podravke te je izmjenom Statuta omogućena i jednostavnija provedba moguće dokapitalizacije Društva. Donesena je i vrlo važna odluka o investiciji u dvije nove tvornice Belupa vrijedna 390 milijuna kuna, a pored toga odlučili smo se i na izlazak iz određenih programa koji su nažalost predstavljali preveliki teret u poslovanju naše kompanije. Sve ovo, kao i mnogo drugih pozitivnih stvari, ide u prilog tome da postoji vrlo jasan zajednički stav i namjera Nadzornog odbora i Uprave učiniti Grupu Podravka vrlo uspješnom kompanijom usporedivom s najvećim konkurentima na međunarodnom tržištu” – istaknuo je na konferenciji za

novinare predsjednik Uprave Zvonimir Mršić, prigodom objave poslovnih rezultata, a predsjednik Nadzornog odbora Dubravko Štimac je rekao:

“Prošlogodišnje poslovne rezultate ocjenjujem pozitivno, vidljive su promjene u poslovanju, prije svega, pozitivni pomaci u troškovima, posebice značajno smanjenje administrativnih troškova, a sve je to dobra osnova za bolje rezultate u budućnosti. Dodatnu težinu tim rezultatima daje činjenica da su ostvareni unatoč teškom okruženju u kojemu kompanija mora posloovati, a posluje i u Hrvatskoj i na stranim tržištima gdje također situacija nije sjajna.”(R)

ODLUKA UPRAVE I NADZORNOG ODBORA

Izgradnja novih Belupovih tvornica lijekova

Vrijednost odobrene investicije oko 390 milijuna kuna

Na zadnjoj prošlogodišnjoj sjednici Uprave i Nadzornog odbora Podravke d.d. donesena je odluka kojom se odobrava gradnja dviju novih tvornica - polukrutih i tekućih te krutih oblika lijekova Belupa d.d.

Vrijednost ove investicije Belupa je oko 390 milijuna kuna u naredne tri godine, a očekuje se da će nove tvornice započeti s radom u prvom kvartalu 2017. godine. Zapošljavat će stotinjak radnika.

“Izgradnjom novih tvornica Belupo će novim proizvodima i novim tehnologijama ojačati svoju konkurentsku tržišnu poziciju s jedne strane, a s druge strane novim proizvodnim kapacitetima postat ćemo proizvodno fleksibilniji” – istaknuo je Hrvoje Kolarić, predsjednik Uprave Belupa.

Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke je naglasio kako sav prihod, svu tehnologiju te sva znanja i vještine koje Belupo posjeduje stavljaju u službu investicija u proizvodne pogone u Republici Hrvatskoj te na taj način izravno doprinose ostvarenju strateških ciljeva ove zemlje – zapošljavanju, gospodarskom rastu, rastu bruto nacionalnog proizvoda te povećanju izvoza.

Usvajanjem ove vrlo značajne i vrijedne investicije još jednom se pokazuje koliki je naglasak stavljen na razvoj farmaceutskog dijela Grupe Podravka koji je inače od strateškog značaja za Hrvatsku. (B.F.)

NOVE OTPREMNINE

Stimulativne otpremnine od 5.000 kuna neto

Datum prestanka radnog odnosa bio bi 31. ožujka 2014. godine, odnosno protekom otkaznog roka..

U tijeku je provedba mjera racionalizacije u poslovanju Podravke d.d. čiji je cilj da kompanija postane učinkovit i moderno organiziran i efikasan poslovni sustav. Slijedom toga te usklađivanjem poslovanja Podravke s postojećim uvjetima tržišnog gospodarstva, Uprava Podravke donijela je odluku o provođenju postupka zbrinjavanja viška radnika. Sukladno toj odluci, program zbrinjavanja moguće je realizirati na nekoliko načina:

- kroz isplatu stimulativne otpremnine u iznosu 5.000,00 kn neto za svaku navršenu godinu rada u Grupi Podravka. Ukoliko se radnica ili radnik odluče na prihvaćanje Sporazuma o datumu prestanka radnog odnosa, datum

prestanka radnog odnosa bio bi 31. ožujka 2014. godine, uz isplatu stimulativne otpremnine.

- kroz isplatu otpremnina prema Zakonu o radu po isteku zakonom propisanog otkaznog roka za radnike za čijim radom prestaje potreba zbog poslovno uvjetovanih razloga, a koji se ne žele sporazumjeti s poslodavcem o datumu prestanka radnog odnosa. Za navedene radnike radni odnos prestati će 31. ožujka 2014. godine, odnosno protekom otkaznog roka.

- radnici koji u 2014. godini ispunjavanju zakonski uvjet za odlazak u mirovinu, imaju mogućnost da im poslodavac dokupi mirovinu u skladu sa Zakonom o doživotnoj otpremnini odnosno dokupi mirovine, što znači da bi već sada dobivali iznos mirovine kao da su radili do zakonskih uvjeta za stjecanje prava na starosnu mirovinu.

Provođenjem ovog programa Podravka kroz isplatu stimulativnih otpremnina, koje su iznad zakonom zagarantiranog iznosa, želi svojim radnicama i radnicima koji su svoj radni vijek ugradili u kompaniju, osigurati zadovoljavajuće otpremnine te istovremeno voditi brigu o daljnjem razvoju kompanije. (R)

Podravka u 2013. godini

Brojne marketinške i prodajne aktivnosti te reorganizacije poslovnih procesa obilježile su prošlu godinu. Nastavljeno je optimaliziranje nabave, proizvodnje, marketinga i prodaje.

Osvrt: Ines Lukač

Već početkom prošle godine **Podravka i Badel 1862** potpisali su ugovor o distribuciji prema kojem koprivnička prehrambena kompanija postaje ekskluzivni distributer proizvoda Badela 1862 za područje Slovenije. Od 1. ožujka Podravka će u Sloveniji distribuirati program jakih alkoholnih pića, vina i sokova Badela 1862. Sinergija između dvije kompanije prvi je korak ka snažnijoj suradnji te mogućnostima proširenja i na druga tržišta.

VELJAČA

Dvodnevna **Korporativna konferencija** u Podravki je okupila izvršne direktore i direktore tržišta Podravke i Belupa iz 20-ak zemalja

u kojima Grupa Podravka ima svoja poduzeća i predstavništva. Cilj joj je informiranje i komuniciranje strategije kompanije te poslovnog plana za 2013. godinu, a organizirana je kroz predavanja, grupne radionice i prezentacije.

U žestokoj konkurenciji od tisuću brandova široke potrošnje, hrvatski potrošači su kao svoj **najomiljeniji brand** odabrali upravo **Vegetu**, pokazalo je istraživanje agencije Ipsos Puls. Time je još jednom dokazano kako Vegeta spada u samu elitu domaćih, ali i svjetskih brandova. Snaga branda pokazuje koliko je dobro brand definiran, prepoznaju li ga dobro njegovi potrošači i koriste li ga. Tako je Vegeta, kao neprikosnove-

ni lider na tržištu Hrvatske, iza sebe ostavila brojne domaće brandove, ali i globalne divove kao što su Coca Cola, Milka, Nivea i mnogi drugi.

Na promotivnim sajmovima u Tokiju, Okinawi i Osaki, **Podravka i Uniline** zajednički su promovirali Hrvatsku kroz prezentaciju gastronomskih i turističkih kvaliteta destinacije. Ova akcija samo je jedna u nizu aktivnosti kojom se zajednički djeluje na tržištima diljem svijeta. Značaj suradnje leži u potencijalnim sinergijskim učincima, a zajedničkim djelovanjem kroz vlastite kanale širi se ponuda, ali i povećavaju rezultati prodaje.

OŽUJAK

Blagdani s Podravkom, naziv je **rubrike u In magazinu**, popularnoj dnevnoj life style emisiji Nove TV, koja je pobudila jednako zanimanje gurmana i sladokusaca, kao i onih koji tek otkrivaju tajne dobre kuhinje. Pred njihovim očima nastaju birana jela i slastice koja pripremaju Podravkini stručnjaci za kulinarstvo i uz niz praktičnih savjeta gledateljima daju i korisne nutricionističke informacije.

Podravka je u suradnji s konzultantskom kućom A.T. Kearney započela **projekt “LeaNcO”** (Lean Concept of administration excellence) – odnosno razvoj lean koncepta za izvrsnost u administraciji. Glavni cilj projekta je povećati učinkovitost i efikasnost procesa te time stvoriti dodanu vrijednost za Podravku.

Pod visokim pokroviteljstvom predsjednika RH dr. Ive Josipovića i sponzorstvom Podravke, u Umagu je održan **2. Internacionalni simpozij kuhara** na kojemu se okupilo oko 150 kuhara iz zemlje i inozemstva. “Našoj gastro-ekipi bila je velika čast i zadovoljstvo naći se među brojnim svjetskim kuharima za koje smo svakodnevno pripremali nekoliko degustacija jela na bazi Podravkinih proizvoda pa u tom segmentu smatram da smo napravi-

li odličan marketinški potez”, ističe voditelj Promocije kulinarstva Dražen Đurišević.

TRAVANJ

Međunarodni sajam gospodarstva – Mostar 2013 okupio je preko 750 izlagača iz 35 zemalja među kojima je u suradnji s HGK Koprivničko-križevačke županije tradicionalno i Podravka. Delegacija koju je činilo vodstvo zemalja iz okruženja, zajedno s visokim izaslanstvom naše zemlje posjetilo je nakon svečanog otvaranja štand Podravke, vodeće prehrambene kompanije u regiji, koja po broju zaposlenih u BiH ima jedno od najbrojnijih predstavništava i godinama svojim nastupom podržava ovaj gospodarski skup.

Podravka je petu godinu za redom u svojem gastronomskom centru “Štagelj” bila domaćin velikog **“Cool okupljanja”**. Ovaj, već tradicionalni susret korisnika Coolinarike obilježava se u godini kada Coolinarika slavi svoj jubilar, deseti rođendan. Korisnici Coolinarike tijekom godine samostalno organiziraju manja “Cool okupljanja” diljem svijeta kako bi prijateljstva koja njeguju na stranicama Coolinarike pretvorili u stvarna.

Dioničari Podravke d.d. usvojili su na Glavnoj skupštini Podravke d.d. prijedloge odluka Uprave i Nadzor-

nog odbora usmjerene prema razvoju Podravke kao modernog dioničarskog društva i stvaranju pretpostavki za dokapitalizaciju Društva, zadovoljavajući rast i daljnju internacionalizaciju poslovanja. Usvojen je i prijedlog odluke o **smanjenju temeljnog kapitala društva u iznosu od 542 milijuna kuna**, s ciljem pokrivanja akumuliranih gubitaka iz prethodnih razdoblja.

Podravkini restorani **Pivnica Kraluš i Podravska klet** potvrdili su još jednom vrhunsku kvalitetu gastronomske ponude, uvrstivši se i ove godine među 100 vodećih hrvatskih restorana. Izdana je i knjiga „100 vodećih hrvatskih restorana i njihovi recepti“ za 2012./2013. godinu. Na 240 stranica predstavljeni su restorani koje su gosti izabrali između više od 2400 restorana u Hrvatskoj te objekti iz okolice koje vrijedi posjetiti, a uvršteni su i recepti njihovih kućnih specijalita.

SVIBANJ

Ulazak Hrvatske u EU, Podravka je obilježila nizom aktivnosti usmjerenih prema EU tržištu **“Okusi za sve jezike”**. U povodu Dana Europe i predstavljanja 20. Porina, u svibnju u Opatiji je organizirala “EU-Brunch”, sudjelovala je na Euro Gastro Festivalu u Dubrovniku, a uoči samog ulaska Hrvatske u EU, građa-



nima Praga poklonila je koncert hrvatskog kantautora Gibonnija koji je predstavio novi album na engleskom jeziku “20th Century Man”. Uz to, snimljeno je 28 televizijskih kulinarskih emisija u kojima su pripremana najpoznatija jela karakteristična za svaku od zemalja članica EU, a zajednička poveznica svih pripremljenih jela je “jedna žlica Vegete”. Po emitiranju posljednje emisije, izdana je i posebna kuharica u kojoj je objedinjeno svih 28 jela zemalja članica EU.

LIPANJ

Pod generalnim pokroviteljstvom Podravke te grada Vinkovaca i Vukovarsko-srijemske županije u Vinkovcima je održan **3. Kongres Hrvatskog kuharskog saveza** pod nazivom “Slavonija, Baranja i Srijem - ključne sastavnice kontinentalnog turizma” te deseta obljetnica HKS-a. Podravka i Hrvatski kuharski savez i dalje uspješno surađuju i odrađuju lijepu svehrvatsku gastronomsku priču.

Retrospektivna izložba naivnog slikara Mije Kovačića koja je u nazočnosti hrvatskog predsjednika Ive Josipovića, svečano otvorena u Galeriji grada Koprivnice, počeli su ovogodišnji **Podravski motivi** kojima je tradicionalno glavni sponzor Podravka. Uz nezaobilazne slike i slikare, svakako je najatrak-

tivniji bio projekt Okusi Hrvatske u kojemu je Podravka u suradnji s Hrvatskim kuharskim savezom i renomiranim restoranima svih županija predstavila kulinarsko bogatstvo naše zemlje. Podravski motivi su ujedno bili i koprivnička proslava ulaska Hrvatske u EU, dali su posebno osmišljenu, kulturno, turistički i gastronomski bogatu sliku Hrvatske odaslanu u Europu.

SRPANJ

U Umagu je ovog ljeta održan **24. VEGETA Croatia Open**. Jedna od najznačajnijih sportsko turističkih manifestacija na ovom prostoru trajala je od 18. do 28. srpnja, postavši centar sportskih, političkih i društvenih događanja. Podravkini promotori kulinarstva svakoga su dana pripremali jela iz pojedinih zemalja Europske unije, ponudivši na izbor gostima specijalitete europske kuhinje. Jedan od važnijih događaja svakako je bila i završna svečana večera na kojoj su se predstavili sponzori, a Podravka je ugostila svoje poslovne partnere i ponudila gastronomske delicije. Tommy Robredo pobjednik je 24. Vegeta Croatia Opena. Pobjednički pehar uručio mu je predsjednik RH Ivo Josipović.

Podravka će, zahvaljujući odobrenom **zajmu od strane EBRD-a u iznosu od 9,9 milijuna eura**, provesti ulaganje u poboljšanje

vlastite energetske učinkovitosti. Zajmom će se financirati ulaganje u poboljšanja na raznim tvornicama i zgradi sjedišta.

KOLOVOZ

Sjećanje na **profesoricu Zlatu Bartl**, voditeljicu Podravkinog tima zaslužnog za izum Vegete, obilježena je polaganjem cvijeća i paljenjem svijeća na posljednjem počivalištu profesorice Bartl. U kino dvorani održano je i predavanje s temom “Lik i djelo Zlate Bartl” na kojem je predstavljeno njeno stvaralaštvo, ali i njene iznimne ljudske osobine.

Na svečanoj sjednici Gospodarskog vijeća Županijske komore Koprivnička Belupu je dodijeljena plaketa “**Zlatna kuna**”, priznanje za najuspješnije veliko trgovačko društvo u Koprivničko – križevačkoj županiji. Naime, u 2012. godini Belupo je ostvario 872 milijuna kuna prihoda te 84 milijuna kuna dobiti.

Fešta od rajčica koju zajednički organiziraju Podravka, Turistička zajednica grada Umaga i Grad Umag i ove godine potvrdila je status najposjećenije pučke manifestacije u Umagu. Fešta od pomidora tradicionalno ima humanitarni karakter, a kupnjom bona za jelo s rajčicama i Studenu prikupljena su sredstva za liječenje mlade Umažanke Melisse Končar kojoj je uručen

ček od 29.060 kuna.

RUJAN

Nakon što je u proteklih sedam godina gostovao u 168 osnovnih škola u svim hrvatskim županijama i unio radost u srca više od 135 000 učenika, **Lino višebojac** ušao je u svoju osmu sezonu. Gostovanje čak četiri vrhunska sportaša oduševilo je 500 učenika OŠ Đure Deželića u Ivanić Gradu koji su od prve do posljednje minute glasnim navijanjem i pjesmom podržali svoj drugi Lino višebojac. Taj Lino višebojac bio je 169. po redu i otvorio je osmu sezonu.

Grupa Podravka postala je partner **Kluba hokeja na ledu Medveščak Zagreb**. Na predstavljanju momčadi i sportskog tima KHL Medveščak za sezonu 2013/2014., Podravka je svojim kulinarskim specijalitetima poželjela dobrodošlicu Medvjedima koji od ove sezone nastupaju u Kontinentalnoj ligi hokeja na ledu (KHL). Suradnja s KHL Medveščak Zagreb u skladu je s Podravkinom strategijom ostvarivanja novih poslovnih uspjeha na vanjskim tržištima, budući da su Podravkini brendovi već dugi niz godina prisutni u zemljama diljem svijeta.

Brojni **Podravkini umirovljenici i obljetničari** okupili su se pod šatorom ispred Tvornice juha i Vegete kako bi se tijekom zajednič-

kog druženja ponovno prisjetili kako je bilo raditi i stvarati Podravku. Susreli su se, kako je dobro rečeno na početku druženja, ne bivši Podravkaši, jer ako si pravi Podravkaš onda to ostaješ tako dugo dok dišeš, već su to Podravkaši u zasluženoj mirovini. To su umirovljenici koji su ostali jedni uz druge u najtežim vremenima, gradili nove tvornice ne pitajući za radno vrijeme i naknade, stvarali veću i bolju Podravku.

LISTOPAD

Drugu godinu zaredom koprivnička Podravka u suradnji s domaćim i stranim partnerima iz poslovne i akademske zajednice organizirala je **poslovnu konferenciju o primjeni e-učenja** u poslovnom okruženju. Specifičnost konferencije je usmjerenost na primjenu e-learninga isključivo u poslovnom okruženju, a glavni cilj je promovirati izvrsnost i inovativnost u korištenju novih tehnologija. Sudionici konferencije uplatom kotizacije pomogli su školovanje studenata u sklopu zaklade “prof. Zlata Bartl” koja je raspisala i natječaj “Znanje u fokusu” za dodjelu dviju stipendija mladim i inovativnim ljudima koji imaju interes za e-learning te su spremni predstaviti koncept idealan za izradu e-tečaja. Stipendije su dodijeljene na konferenciji, a programski odbor konferencije nagradio je još

četvero studenata sa po 5.000,00 kuna za poseban doprinos konferenciji i kvalitetu radova.

STUDENI

Deset je godina Coolinarike koja danas broji više od 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. Nalazi se na 8. mjestu najposjećenijih internetskih stranica u Hrvatskoj, sa oko 60 milijuna učitavanja stranica i oko 7 milijuna posjeta mjesečno.

PROSINAC

Dodijeljena su priznanja za 23 zaposlenika koji su sudjelovali u inicijativi “**Prepoznajmo izvrsne**”, a koji su među više od 100 nominiranih zaposlenika, svojim radom i doprinosom kompaniji prepoznati kao izvrsni. Inicijativa je potaknuta od strane predsjednika Uprave Zvonimira Mršića, a nagrade su dodijeljene onima koji su prema kriterijima odabira i procijenjenim kompetencijama, osvojili vodeće mjesto. On je istaknuo kako je uspjeh kompanije ovisan o snazi i izvrsnosti zaposlenika te kako kompanija želi prepoznati i nagraditi sve one koji daju svoj maksimum.



Marketinške aktivnosti i inovacije u 2013. godini

Kada se u rad ugradi
puno srca, energije, predanosti,
otvorenosti za učenje i nova iskustva,
sve je moguće

2013. godina protekla je u znaku preobrazbe Podravke u skladu s novom strategijom, vizijom i misijom kompanije.

Definirani su ključni smjerovi razvoja za naredno razdoblje s ciljem:

- pokretanja inovacijskog ciklusa koji će dati zamah rastu Podravke i pridobiti nove potrošače
- iskorištavanja potencijala Podravke na internacionalnim tržištima
- kreiranja novih kulinarskih trendova i doživljaja za potrošače te zdravih životnih rješenja na

Podravkin način.

Marketinške i razvojne aktivnosti još su više usredotočene na krajnje korisnike; njihove različite potrebe, prehrambene navike te različite životne stilove, a sve u funkciji boljeg razumijevanja potreba, bržeg uočavanja prilika i generiranja inovacija s dodanom vrijednošću za potrošače.

U skladu s tim, i inovacijski program Podravke u 2013. odvijao se u nekoliko smjerova radi postizanja optimalnih kratkoročnih i dugoročnih rezultata:



Uvođenje novih proizvoda s jasnom diferencijacijom i dodanom vrijednosti u postojećim i etabliranim kategorijama za Podravku

Na tržište Poljske uvedena je nova linija Vegeta univerzalnih dodataka jeli-ma, s ciljem revitalizacije i jačanja tržišne pozicije brenda.

Linija Čokolina, omiljenog proizvoda za djecu i mlade, obogaćena je novim praktičnim pakiranjima, Čokolino 750 g, ali i novim formulacijama s do-danom vrijednosti, Čokolino Fit i Čokolino Plus uz atraktivnu promotivnu kampanju pod nazivom: Koji je tvoj omiljeni Čokolino?

U Hrvatskoj i Sloveniji uvedena je nova linija proizvoda za djecu - Dječje juhe i Talianette, a promotivna kampanja za te proizvode je, prema mišlje-nju potrošača, ocijenjena kao jedna od najzapaženijih i najboljih u Hrvat-skoj.

Dolcela Cupcakes, Lava Muffins, Cupcakes, Ledene fantazije, nove kreme za torte i kolače predstavljaju novitete pod markom Dolcela za one koji već uživaju u fantastičnom svijetu slastica ili se tek spremaju da ga otkriju.

Podravka čajevi svojim bogatim i svježim voćnim okusima, atraktivnim i inovativnim pakiranjem s aroma omotačem te prikladnom komunikacijom s potrošačima zagrijali su tržišta čajeva uz povećanje ukupne prodaje od 19% na svim tržištima.

Pored navedenih, u isti inovacijski pravac mogu se ubrojiti i drugi primjeri novih proizvoda poput; novih atraktivnih Podravka pašteta, polutrajnih kobasica u novim praktičnim pakiranjima, novih gotovih jela na bazi graha, ajvara posebno spravljenih receptura, noviteta pod markom Eva i dr.

Širenje Podravkinih brendova u nove kategorije

Pod markom Lino, uz djeci najdraži medvjedić Lino, Podravka je u svoju ponudu uvrstila kvalitetan instant kakao napitak obogaćen D vitaminom i kalcijem, Lino Čoko Drink, kojeg svakog dana prepoznaje, odabire i prihva-ća sve veći broj potrošača u cijelom regiji.

Na domaćim tržištima i na odabranim tržištima istočne Europe, Podravka je ušla u veliku i rastuću kategoriju monozačina. I u rastućoj kategoriji specijalnih dodataka jelima Podravka je bila inovativna; na tržište Rumunj-ske lansirani su Vegeta borševi, a na brojnim tržištima Vegetin asortiman proširen je novim, atraktivnim okusima u dozama.

Pod Dolcela brandom uvedena je linija instant kvasca koja je vrlo brzo pro-našla put do potrošača. Zahvaljujući snazi brenda, aktivnostima izvedenim na prodajnom mjestu te ukupnoj podršci i nakon lansiranja ostvareni su i zavidni prodajni rezultati i dvocifreni tržišni udjeli u Hrvatskoj i BiH.

Detektiranje i popunjavanje praznih prostora na tržištima na kojima Podravka posluje - prilagodba postojećih koncepata novim tržištima

Na hrvatsko tržište Podravka je uvela liniju grahorica, sve zastupljenijih u prehrani zbog svojih nutritivnih svojstava i blagotvornog djelovanja na organizam. Riječ je o proizvodnom asortimanu etabliranom na tržištima srednje Europe, a na tržište Hrvatske uveden je zbog rastućeg interesa potrošača.

Na tržište Mađarske uveden je asortiman Vegeta kocki koji gradi svoju pri-ču do uspjeha na poznatosti i snazi brenda, ali i formulacijama proizvoda prilagođenih potrebama tržišta.





Uvođenje i proširenje ponude usmjerene cjenovno osjetljivim potrošačima

S obzirom na rastući segment cjenovno osjetljivih potrošača, Podravka je započela s razvojem ponude proizvoda namijenjene upravo tom tržišnom segmentu. Primjeri takvih inovacija jesu pudinzi pod markom Lagris te daljnji razvoj ponude Finih juhica u tzv. economy segmentu za domaća tržišta.

Atraktivne sezonske i promo ponude

Tijekom 2013. godine razvijana su i atraktivna promotivna pakiranja u limitiranim količinama, ponovno radi davanja dodane vrijednosti potrošačima.

Tako su tijekom božićnih blagdana svi ključni Podravkini brendovi imali posebnu ponudu za svoje vjerne potrošače: Vegeta zimsko pakiranje u dozi, Lino promo pakiranje, Podravkini voćni namazi sa zimskim okusima, Podravkini zimski čajevi.

Podravka je temeljem sponzorske suradnje s Hokejaškim klubom Medveščak, razradila aktivacijsku platformu nudeći potrošačima niz atraktivnih prigodnih proizvoda, promo pakiranja i nagrada. Tako su nastali proizvodi iz limitirane serije „Preporučili Medvjedi“ poput zimске pašteta, zimska trajna kobasica, prigodnih juha - zimске i krepke i dr.

Komunikacije i aktivacije

Godina 2013. nije bila samo u znaku inovacija u proizvodnom dijelu nego i u komunikacijskom i aktivacijskom dijelu marketinškog miksa Podravkinih brendova.

• Kampanjom Za sve jezike proslavljen je ulazak Hrvatske u EU, kako u Hrvatskoj, tako i na europskim tržištima na kojima Podravka ima etablirano dugogodišnje poslovanje, i to na Podravki svojstven način - kuhanjem i dijeljenjem kulinarskih doživljaja sa potrošačima.

• Grill kampanjom predstavljena je Podravkina ponuda proizvoda uz koje grill postaje zabava i okus za pamćenje; tu su Vegeta marinade, Podravka ajvar, senf, Grill i Kranjske kobasice te Studenac.

• U kampanji Ručak na vidiku predstavljena je ponuda za spravljanje ukusnih, laganih i jednostavnih jela za vruće ljetne dane. U mediteranski koncept prehrane na Podravkin način uključen je asortiman Eva brenda, Podravka rajčica, tjestenina i Podravka gotovih umaka.

• Osmišljena je nova globalna kampanja za Vegetu koja ističe razlikovne prednosti i karakteristike Vegete. Potrošačima u više od 15 zemalja ispričana je priča o Vegeti, njezinoj posebnosti u kvaliteti i okusu, i gotovo neograničenim mogućnostima upotrebe, uz prikaz novih načina upotrebe, novih recepata i jela iz Vegetine kuhinje.

• U kampanji Fant – nove ideje za tradicionalna jela fokus je na dobro prihvaćenim proizvodima za koje se sugeriraju novi načini upotrebe. Ujedno inovativni recepti predstavljaju i moderan pristup kuhanju, a proizvodi postaju atraktivniji mlađoj ciljnoj skupini.

• Uz već spomenutu sponzorsku suradnju s Hokejaškim klubom Medveščak, TV kampanju i nagradnim igrama, promovirani su posebno odabrani Podravkini proizvodi. Podravka je na taj način povezana s pozitivnim, sport-

skim i borbenim duhom Medveščaka, a potrošačima i navijačima ponuđeni su proizvodi u kojima mogu uživati u zimskom dijelu godine i pritom osvojiti atraktivne nagrade.

• Na kraju treba istaknuti i posebno dizajnirane promotivne aktivnosti na prodajnom mjestu. Radi veće interakcije s potrošačima, isticanja cjelokupne ponude i koristi za potrošače razvijen je tzv. visibility program za isticanje tematskih ponuda i ponuda određenih brendova; poput Vegeta polica, Lino svijeta s dodatnom opremom za izlaganje na redovnim i dodatnim pozicijama na odabranim prodajnim mjestima.

Godina inovacija

2013. godinu obilježio je velik broj značajnih inovacija kako u Podravkinoj proizvodnoj ponudi, tako i u integriranju različitih oblika marketinških komunikacija; od prodajnog mjesta, demonstracija i degustacija na raznim događanjima, tv produkcije vlastitih kulinarskih emisija i priloga, tiskanja vlastitih knjižica recepata do sadržajnog povezivanja s Coolinarika.com, prvom web kulinarskom destinacijom u Hrvatskoj i široj regiji.

Prikazane aktivnosti, ali još više Podravkini timovi koji su ih iznijeli; dobro povezani, motivirani i predani, signal su spremnosti Podravke da uspješno odgovori i na nove tržišne izazove i promjene koje je očekuju.



Istraživanje i razvoj u 2013.

Andrijana Horvat, Danijela Andrašek, Dijana Gregurek,
Valerija Bukvić pripravnice u sektoru Istraživanje i razvoj i
Martina Uroda pripravnica Korporativnih i marketinških komunikacija,
su pod vodstvom svojih mentorica razvile potpuno inovativan proizvod - instant prašak za puding

Napisala: dr.sc. Jasmina Ranilović
direktorica sektora Istraživanje i razvoj

Pokretanje istraživačko-razvojnih projekata, bio je jedan od strateških ciljeva u 2013. godini za Istraživanje i razvoj, ured direktora sektora. Nakon analize, odabran je model tzv. “otvorenih inovacija”, koji će na najbrži način realizirati strateške ciljeve kompanije. Taj model predstavlja udruživanje “prirodnih” kompetencija i znanja internih resursa Podravke (zaposlenici), sa najboljim istraživačko-razvojnim potencijalnim iz vanjskih resursa, čime bi Podravka trebala dobiti dodatni zamah u razvoju novih i inovativnih proizvoda. Vanjski resursi zapravo predstavljaju, “mrežu” Podravkinih partnera iz akademske zajednice, znanstveno-istraživačkih instituta, poduzetnika, dobavljača, potrošača.

U 3. i 4. kvartalu prošle godine, potpisani su sporazumi o suradnji između Istraživanja i razvoj Podravke sa istraživačko-razvojnim institutom od nacionalnog interesa *Institut Ruđer Bošković*, *Prehrambeno-biotehnoškim fakultetom* Sveučilišta u Zagrebu, inovativnim “start-up” poduzećem za istraživanje i razvoj *Amelia d.o.o.* iz Hrvatske te jednim od najvećih i najuglednijih znanstvenih instituta za istraživanje i razvoj i transfer tehnologije u Europi, španjolskom *Tecnaliom*.

Osobito nas čini ponosnim, da je Istraživanje i razvoj Podravke, svojom projektnom idejom direktno utjecalo na osnivanje inovativno-istraživačko-razvojnog poduzeća

Amelia d.o.o. iz Hrvatske.

Važno je napomenuti da su sa navedenim institucijama već započeti konkretni projekti, koji će dati svoje prve rezultate, već u 2014. godini. Rezultati projekata će biti inovativni proizvodi koji će svojim posebno dizajniranim prehrambenim profilom i obogaćeni funkcionalnim sastojcima, unaprijediti zdravlje naših potrošača, kao i potrošača sa specijalnim prehrambenim potrebama.

Sukladno hrvatskom poreznom zakonodavstvu, Podravka je na ime 28 prijavljenih istraživačko-razvojnih projekata iz sektora I&R, u 2012. godini ostvarila pravo na 5.366.537,23 kn državnih potpora za istraživačko-razvojne projekte kao poreznu olakšicu, dok se za 2013. godinu povratne informacije Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta, još čekaju.

Novi inovativni proizvod

Riječ je o novom instant prašku za puding kakav ne postoji u Podravkinom asortimanu.

Radilo se o dvokomponentnom proizvodu koji se sastoji od praška za instant puding i bezalkoholnog pića okusa vanilija-jagoda, koji se brzo priprema bez kuhanja (2 minute) tj. miješanjem dviju komponenata u inovativnoj posudici sa žlicom (u kojoj se i prodaje), 30% smanjene energetske vrijednosti, sa sladiplom steviol glikozid (stoji na sobnoj

temperaturi). Osnovni konceptualni zahtjev bio je objediniti zdravlje (manje šećera), praktičnost konzumiranja (u svakoj prilici, bez kuhanja) i brigu za okoliš (posudice se nakon konzumacije pudinga, mogu koristiti za sadnju začina, kartonski plašt razvijen je na način da se može okrenuti na unutarnju stranu na kojoj se nalazi tekst Podravkinog recepta, te tako služi kao dekoracija za teglicu, kuharima i kuharicama daje ideju za ručak, te dodatno može promovirati naše ostale proizvode).

Inovativni proizvod koji je nastao radom multidisciplinarnog tima inženjera i njihovih mentora, na dodatnim je testiranjima uobičajenim za razvoj proizvoda, čime bi se stvorili preduvjeti za njegovo lansiranje na tržište.



Instant prašak za puding

Najznačajnije nagrade u 2013.

Brojna međunarodna i domaća priznanja za kvalitetu Podravkinih proizvoda obilježila su prošlu godinu.



Superior Taste Award 2013.

Proizvodi, dobitnici oznaka su:

- Studenac prirodna mineralna voda (ponovljen uspjeh s max. brojem zvjezdica) ***
- Studenac Naranča-kumquat **
- Studenac Limun-grejp **
- Podravka pasirana rajčica **
- Podravka sjeckana rajčica s bosiljkom i origanom **
- Podravka sjeckana rajčica s maslinama i češnjakom *
- Pikant kobasica *
- Pileća pašteta *
- Osvojeni rezultati omogućuju nagrađenim Podravkinim proizvodima da na ambalaži komuniciraju internacionalno prepoznatljiv znak kvalitete “Superior Taste Award 2012”, što ih etablira među visokokvalitetne prehrambene proizvode

Best Buy Award

Best Buy Award 2013/2014 - Juhe – tržište Bosne i Hercegovine
Best Buy Award 2013/2014 - Marmelade – tržište Bosne i Hercegovine
Best Buy Award 2013/2014 - Marmelade – tržište Slovenije
• Dobivši priznanje Best Buy Award



Podravkine marke s ponosom mogu nositi Best Buy Award medalju rezerviranu za proizvode i usluge vrhunske kvalitete i odlične cijene

Hit Proizvod FMCG i Zlatna potvrda 2013* u Poljskoj

Originalni nazivi nagrada: Przebojowy Produkt FMCG i Złoty Paragon 2013

- Vegeta i Podravkine tjestenine primili su nagrade u natjecanju maloprodajnih proizvoda
- Obje nagrade pokazatelj su koliko je kupcima kvaliteta važna

SI.BRAND

- Na ljestvici SI.BRAND TOP50 2012 Podravka je zauzela čvrstu poziciju i stekla mogućnost upotrebe znaka SI.BRAND 2013 na svojim proizvodima.

QUDAL

QUDAL istraživanje pokazalo je kako je Podravka, prema iskustvu, mišljenju i percepciji hrvatskih potrošača i dalje na samom vrhu hrvatskih gospodarskih subjekata kada je riječ o kvaliteti ponuđača roba i usluga.



Podravka je tako od strane hrvatskih potrošača dobila najviše moguće ocjene pri odabiru gospodarskog subjekta koji nudi najveću razinu kvalitete uopće, dok su njezini proizvodi u čak 11 pojedinačnih kategorija prepoznati kao sinonim kvalitete.

Osim zlatne medalje u glavnoj kategoriji, potrošači su izabrali najkvalitetnije proizvode iz različitih prehrambenih kategorija, a nositelji zlatnih medalja su Vegeta, marmelada – džem, slatki namaz, juhe iz vrećice, konzervirano povrće, konzervirano voće, gotovi umaci za tjesteninu ili rižu, senf, mješavina za kolače u prahu, brašno i riblje konzerve Eva.

“Superbrands Slovakia 2013”

- Potvrđena snaga i poznatost na slovačkom tržištu

- Veliko priznanje “Superbrands Slovakia 2013” Vegeta je dobila u Slovačkoj gdje se prodaje pod brandom Podravka – dodatak jelima, zadržavajući pritom sve prepoznatljive attribute Vegete (plava, boja, kuhar, povrće...).

MINISTAR POLJOPRIVREDE TIHOMIR JAKOVINA U PODRAVKI

Podravka može biti veliki izvozni kanal za hrvatsku poljoprivredu

Podravka iz ministarstva može očekivati pomoć

Ministar poljoprivrede Tihomir Jakovina posjetio je Podravku, gdje ga je o razvojnim planovima naše tvrtke upoznao predsjednik Uprave Zvonimir Mršić sa suradnicima.

Tom prigodom Mršić je istaknuo kako Podravka godišnje otkupljuje poljoprivrednih proizvoda za više od 80 milijuna kuna u Hrvatskoj i ono što Podravka nudi, odnosno što čini s tim proizvodima, je da im dodaje vrijednost i plasira ih na tržište kao visokokvalitetni brend te više od pola tih proizvoda završi na svjetskom tržištu. No, isto tako Podravka ne može zadovoljiti svoje potrebe za voćarskim i povrtlarskim kulturama u Hrvatskoj i zbog toga je zainteresirana da se poveća ta proizvodnja jer Podravka ni prošle godine nije uspjela zadovoljiti svoje potrebe na hrvatskom tržištu za velikom većinom poljoprivrednih proizvoda koje je željela kupiti.

“Potpuno smo otvoreni za kooperativnu proizvodnju u 2014. godini, a naši planovi su ambiciozni, što znači da možemo otkupiti sve što smo planirali prošle godine, a možda čak i više. U ovom trenutku naš problem je da



ne postoji u nekim segmentima dovoljno interesa i da proizvodi koji se nude nisu po kvaliteti i cijeni konkurentni stranim proizvodima. Podravka može biti veliki izvozni kanal za hrvatsku poljoprivredu, te očekujem da i hrvatska poljoprivreda bude spremna biti naš kvalitetan i siguran dobavljač” – naglasio je Mršić.

Stabilni poslovni odnosi između primarne proizvodnje i prerađivačke industrije vrlo su važni za hrvatsku poljoprivredu, a posebice u tom kontekstu važna je Podravka sa proizvodima koji stvaraju dodanu vrijednost pa je tako na sastanku ministar Jakovina obećao pomoć ministarstva određenim Podravkinim projektima.

“Podravka iz ministarstva može očekivati pomoć kroz ubrzano provođenje zemljišnih reformi, sustav uređenja potpora, Agenciju za plaćanja u poljoprivredi te program ruralnog razvoja, kojega smo prvog poslali prema Europskoj komisiji. Program vrijedi gotovo 332 milijuna kuna i taj novac će biti na raspolaganju i prehrambenoj industriji, primarnim proizvođačima te cijelom sustavu” – rekao je Jakovina. (B.F.)

DARKO BARAN DOBITNIK NAGRADE PONOS HRVATSKE

Darko među 24 hrvatskih heroja

Spasio susjeda iz goruće kuće

Među izuzetne ljude velikog srca, hrabrosti i nesebičnosti kojima je priznanje odala cijela Hrvatska svrstao se i Podravkaš Darko Baran. Ovaj samozatajni radnik na Održavanju prošle je godine bez imalo razmišljanja pohitao u pomoć slijepom susjedu čiju kuću je nakon eksplozije plina zahvatio požar. Ne brinući za vlastiti život, Darko je susjeda, čije noge je već zahvatila vatra, pronašao ispod ormara, zaogrnuo ga kaputom i iznio iz goruće kuće. Veličinu Darkovog djela prepoznali su u Udruzi za promicanje hrabrosti, humanosti, nesebičnosti Ponos Hrvatske, pa se ovaj zaposlenik Podravke našao među 24 heroja kojima je uručeno “Srce na dlanu”. Ova staklena statuta kao izraz nagrade Ponos Hrvatske, Darku Baranu uručena je na svečanosti u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu kojoj je uz brojne uglednike prisustvovao i predsjednik Hrvatske Ivo Josipović.



Na sve pohvale Darko samo mirno odgovara: “Kada sam ulazio u razrušenu kuću nisam razmišljao o mogućoj opasnosti, o nekim priznanjima, o ničemu drugome osim da moram spasiti susjeda. Sreću što sam u tome uspio ništa ne može nadmašiti, iako sam naravno sretan što sam imao priliku primiti čestitke od predsjednika Josipovića, biti dijelom nezaboravnog proglašenja i družiti se s dobrim ljudima.” Skromni Darko kojeg ni na trenu tak ne napušta sportski duh izgrađen tijekom dugogodišnjeg bavljenja kartingom, automobilizmom i lovom punih 37 godina radi na Održavanju gdje ga izuzetno cijene zbog stručnosti, odgovornog pristupa poslu, ali i velikog srca koje je eto dobilo i službeno priznanje. (J.L.)

“Juhe ukusne za nagrade izvrsne” konzumirano 400.000 tanjura juha

Nagradne igre postale su prilika za izravnu komunikaciju s potrošačima i doprinijele su da se Podravka juhe percipiraju kroz simbol srca.



Bogata tradicija organiziranja nagradnih igara za potrošače Podravka juha nastavljena je i ove zime pa su tako u Štaglju rukometašice Podravka Vegete Vesnu Milanović Litre, Jelenu Živković i Andreu Čović izvukle imena 35 dobitnika. Među njima je petoro dobitnika 10.000 kuna na Diners Club potrošačkoj kartici te pet dobitnika setova Fissler suda, dok ih je 25 nagrađeno poklon paketima Podravkinih proizvoda. Izvlačenje je pratila komisija i javni bilježnik.

Naime, Podravka i Konzum organizirali su u razdoblju od 15. studenoga 2013. do 15. siječnja 2014. nagradnu igru pod nazivom “Juhe ukusne za nagrade izvrsne” tijekom koje

je trebalo uz broj računa za kupnju poslati pet praznih vrećica bilo koje Podravka juhe.

Direktor Marketinga tržišta RH Vedran Kelek izrazio je svoje zadovoljstvo rezultatom nagradne igre:

“Krenuli smo među prvima s ovakvim marketinškim pristupom u našoj regiji i opravdano se smatramo pionirima. Danas se možemo pohvaliti da i dalje gajimo inovativnost u našoj kompaniji pa tako i u kategoriji juha, a moram naglasiti kako se od konkurencije razlikujemo i po okusu Podravka juha, što dokazuje i podatak da je prema pristiglim pošiljkama za ovu nagradnu igru konzumirano 400.000 tanjura juha”.

Direktor kategorije Marcel Janeković zahvalio je svim sudionicima i organizatorima, izrazivši uvjerenje kako i ova nagradna igra vodi jačanju suradnje Podravke i Konzuma:

“Još od 1971. godine Podravka je radila više od prodajnih akcija namijenjenih potrošačima. Nagradne igre postale su prilika za izravnu komunikaciju s potrošačima i doprinijele su da se Podravka juhe percipiraju kroz simbol srca. Vjerujem da su svi koji su skupljajući vrećice za ovu nagradnu igru uživali u našim juhama i već se mogu osjećati nagrađenima”.

Imena dobitnika objavljena su 24. siječnja na www.podravka.com i www.konzum.hr. (I.L.)

Svi smo mi jedan tim i imamo iste ciljeve – prosperitet Podravke

Podravkini proizvodi na više od 20.000 prodajnih mjesta u 113 različitih gradova Rusije od Moskve i St. Petersburga, preko Urala i Sibira do Dalekog Istoka i Kamčatke

Kada proanaliziramo prodajne rezultate Tržišta istočne Europe možemo istaknuti kako cijela regija ima pozitivan trend u odnosu na prošlu 2012. godinu, a riječ je o nekoliko različitih tržišta, od članica EU – Latvije, Litve, Estonije pa članica Euro-azijskog Saveza – Rusije, Bjelorusije i Kazahstana te Armenije, Ukrajine i Kirgistanu koje svaka ima svoje specifičnosti. Direktor sektora Tržišta istočne Europe Damir Perlok ističe:

Rusija će definitivno biti generator rasta Podravke u narednim razdobljima

“Najveće i najvažnije za nas je tržište Rusije gdje imamo dugu tradiciju, jer smo tamo prisutni od 1967. godine kada se ostvario prvi izvoz u bivši SSSR, gdje držimo jednu od vodećih pozicija u univerzalnim dodacima jelima i jedan smo od tri najveća ponuđača klasičnih juha u vrećicama. Tamo radimo sa svim glavnim trgovačkim lancima i prisutni smo na više od 20.000 prodajnih mjesta u 113 različitih gradova Rusije od Moskve i St. Petersburga, preko Urala i Sibira do Dalekog Istoka i Kamčatke. To su glavna tržišta za rast i razvoj u narednih nekoliko godina pa smo prošle godine krenuli ostvarivati ciljeve koje smo si zadali u srednjoročnom razdoblju. Povećanje marketinških ulaganja, otvaranje novih kanala prodaje, kvalitetnija obrada i širenje asortimana kod postojećih kupaca, stvaranje direktnih kontakata sa glavnim lancima na tržištu kao što su Magnit (preko 8.000

prodajnih mjesta sa prometom više od 13 milijardi USD) i X5 (oko 4.000 prodajnih mjesta i prometom više od 13 milijardi USD), reorganizacije Predstavništva u Rusiji, razvoj novih programa kao što je mediteranska hrana, reklama na TV prvi puta nakon nekoliko godina neulaganja, su neke od mjera koje smo pokrenuli u prošloj godini i koje su već počele davati rezultat i zdrava su podloga za realizaciju strateških ciljeva kompanije za sljedeće razdoblje. Rusija će definitivno biti generator rasta Podravke u narednim razdobljima.

Redizajnirali smo specijalne dodatke jelima, ušli smo u projekt monozačina, mediteranska hrana se pokazala kao kategorija koja ima izuzetno veliki potencijal za rast.

Drugo tržište ili bolje rečeno regija po važnosti za nas su Baltičke zemlje (Latvija, Litva, Estonija), gdje smo kompletan posao restrukturirali u razdoblju 2010.-2012. i kao plod toga je 2013. godina koju smo izuzetno dobro odradili u distributivno/marketingo/prodajnom djelu. Ovdje treba navesti da smo krenuli sa pilot projektom monozačina pod markom Vegeta i za sada imamo dobru povratnu informaciju od lanaca.

Relativno novo tržište koje smo krenuli osvajati za nas je Kazahstan gdje imamo jednog od najvećih distributera na tom području i u vrlo kratkom vremenu smo postali jedan od tri glavna ponuđača dodataka jelima i juha. Kazahstan je izuzetno bogata zemlja i nalazi se u fazi intenzivnog rasta i razvoja i treba reći da smo mi na vrijeme procijenili taj potencijal te tamo ušli i zauzeli svoje pozicije. To tržište vidimo kao tržište preko kojeg već osvajamo i Kirgistan te planiramo otvoriti i nova kao što su Uzbekistan i Turkmenistan. Tržišta Bjelorusije i Armenije su isto tako pokazala progres dok trenutno najviše problema imamo u Ukrajini zbog aktualne političke krize”.

Lokomotiva rasta su Vegeta i Kokošja juha

Koji su se proizvodi najviše prodavali i općenito kolika je poznatost naših brandova – Podravke i Vegete?

“Tradicionalno lokomotiva našeg rasta su Vegeta univerzalni dodaci jelima te juhe gdje je lider žuta Kokošja juha 62 grama. U većini zemalja držimo leadersku ili jednu od vodeće tri pozicije u tim kategorijama. Vegeta ima vrlo visoku poznatost u svim zemljama regije. Osim toga kontinuirano radimo na širenju asortimana i prilagođavamo se trendovima u prehrani. Inovativnost i pravovremeno prepoznavanje potencijala pojedinih kategorija je od izuzetnog značaja za rast i razvoj na tržištu jer

znamo da se prehrambene navike mijenjaju, kreiraju se novi trendovi i mi definitivno smo ti koji to pratimo, a u dosta stvari smo i ispred trendova”.

Uprava je dio tima Tržišta istočne Europe

Kako funkcionira marketinško-prodajna suradnja kod vas?

“Svi smo mi jedan tim i imamo iste ciljeve, zadovoljni potrošači, zadovoljni partneri, prosperitet Podravke. Stvarno mogu reći da svi u lancu unutar Podravke i na tržištu funkcioniramo vrlo dobro. Zajednički razmjenjujemo informacije i iskustva, dogovaramo aktivnosti, pripremamo nove projekte, analiziramo tržište i zajednički radimo dugi niz ostalih aktivnosti na operativnoj bazi.

Znači li to da imate podršku Uprave u ostvarivanju zacrtanih planova?

“Osobno sam u priču istočne Europe involviran 2001. godine kada sam otvarao Predstavništvo u Ukrajini. Ranije se uvijek deklarativno pričalo da je Rusija važna, no nikada se to nije ozbiljno vidjelo u praksi. Mogu reći da ni u jednom razdoblju tijekom svih tih godina nikada nije bilo takve podrške, i jako je bitno naglasiti, razumijeva-

nja od strane Uprave kao danas. Uprava je u potpunosti involvirana u sve procese tržišta istočne Europe, potpuno razumije i podržava sve aktivnosti, pomaže kada treba, jednom riječju dio je tima tržišta istočne Europe i zato je svima nama puno lakše raditi, donositi odluke, razvijati se i rasti na tržištima uz tako veliku podršku koju imamo”.

Poslovni ciljevi u 2014. godini su vrlo ambiciozni, no drugog puta nemamo

Kakvi su ovogodišnji planovi i što dugoročnije očekujete da Podravka može napraviti na tim tržištima?

“Kao što sam već i naveo ranije, mi na cijeloj regiji, a posebno u Rusiji moramo rasti i tako su postavljeni ciljevi u strategiji i tako smo si i postavili ciljeve u 2014. godini. Oni jesu vrlo ambiciozni, no drugog puta nemamo. Moramo biti napadači i zabiti što više golova danas jer ako ne zabijemo mi, zabit će protivnik nama. Konkretnije, nastavljamo sa procesima širenja distribucije prema kanalima prodaje, povećanim ulaganjima prema potrošačima, jačanjem naše pozicije na policama trgovina, širenjem asortimana, reorganizacijom Ureda, izgradnjom boljih odnosa s ključnim trgovačkim lancima. Cijela regija, a posebno

Rusija, mora i bit će najveće tržište za Podravku po prodaji Vegete i juha. To je cilj cijele naše ekipe u kratkoročnom razdoblju”.

Na čemu temeljite vaš optimizam?

“Naš optimizam je potpuno realan jer se on bazira na iskustvu i potencijalima koje imamo. Ima nekoliko primjera koje potkrepljuju naš optimizam. Mi danas nemamo problema sa izlazom robe sa polica trgovina, već je nama osnovni problem imati dovoljnu količinu robe na polici i intenzivno radimo na tome jer tu vidimo velike mogućnosti za rast. Vegeta ima veliku poznatost u cijeloj regiji i imamo mogućnost ekstenzije na druge komplementarne kategorije. Potencijal juha je iznimno velik u distribuciji. U zadnje vrijeme mnogo potencijalnih partnera u distribuciji zove nas na razgovore jer vide da je Podravka pokrenula aktivnosti u marketingu i prodaji te ulasku u nove potencijalne kategorije.

Na kraju bih se htio zahvaliti svim mojim kolegama, sadašnjima i prošlima koji su isto tako dali veliki doprinos u razvoju tržišta istočne Europe i siguran sam da im je jako drago kada danas vide koliko se resursa od Uprave pa na dolje ulaže u naš razvoj na tim tržištima. Ponosan sam što sam danas član toga tima. (B.F.)

RAZGOVOR:
Damir Perlok,
direktor sektora
Tržišta istočne
Europe

PODRAVKA NA “MEET CROATIAN MEPS”

U Europskom parlamentu kuhalo se s Vegetom

Više od 100 uzvanika uživalo u specijalitetima koje su za njih pripremili Podravkini promotori kulinarstva

Hrvatsko EU poslovno vijeće (www.ceubc.com) u Europskom parlamentu organiziralo je događanje pod nazivom “Meet Croatian MEPs” koje je na jednom mjesto okupilo predstavnike hrvatske poslovne zajednice, hrvatske europarlamentarce i visoke dužnosnike EU institucija (Komisije, Parlamenta i Vijeća). U službenom dijelu događanja uslijedilo je predstavljanje hrvatskog poslovnog sektora, a jedno od najistaknutijih bilo je predstavljanje Podravke, kao jedne od vodećih hrvatskih kompanija.

Paul Vandoren: Hrvatski poduzetnici počnite djelovati, odmah!

U nastavku su hrvatski zastupnici u Europskom parlamentu predstavili svoj rad i aktivnosti te je uslijedila rasprava o mogućnostima suradnje i zastupanja hrvatskih poslovnih interesa na EU razini. Prisutnima se obratio i Paul Vandoren, posljednji EU veleposlanik u Republici Hrvatskoj: “Hrvatski poduzetnici, pojačajte svoje napore, iskoristite tržišne niše za vaše proizvode i usluge i ponudite ih tržištu od 500 milijuna potrošača. Zajedničko tržište je pred vama. Ovo je vaš izazov i vaša šansa, koja će vam se pružiti samo jednom u životu. Počnite djelova-



ti, odmah!”

Ovo je bilo prvo organizirano okupljanje predstavnika hrvatskog poslovnog sektora u Bruxellesu, a CEUBC će u 2014. organizirati seriju događanja pod nazivom “Meet Team Croatia” s ciljem povezivanja vodećih hrvatskih predstavnika u EU s članovima hrvatske poslovne zajednice. Natko Vlahović, izvršni direktor CEUBC-a, izjavio je: “Ponosan sam što smo organizirali ovaj događaj u zgradi Europskog parlamenta. Hrvatska je u Europskoj uniji, to je činjenica, i moramo početi koristiti europske modele komuniciranja između poslovnog sektora i EU institucija kako bi se naše tvrtke bolje upoznale s načinom rada u Bruxellesu”.

Hrvatske kulinarske delicije za europarlamentarce

Nakon službenog dijela, više od 100 uzvanika imalo je priliku uživati u specijalitetima koje su za njih pripremili Podravkini promotori kulinarstva. Tako su se na meniju, između ostaloga, našli pljukanci s tartufima, plodovi mora s njokima, rolada od kopuna i pisanica Stubica, pripremljeni s Vegetom, najpoznatijim hrvatskim proizvodom, prisutnim na europskom tržištu više od 45 godina.



nih subjekata i kulturnih znamenitosti. Ratna škola “Ban Josip Jelačić” najviša je škola u sustavu izobrazbe oružanih snaga Republike Hrvatske u kojoj se školuju časnici s najvišim činovima (razine bojnika, pukovnika, brigadira i generala). Nakon završetka izobrazbe polaznici su osposobljeni za preuzimanje ključnih položaja u oružanim snagama, ministarstvima i različitim državnim institucijama te organizacijama koje se bave pitanjima obrane. (A.L.T.)

PREDSTAVNICI HOTELA ESPLANADE U PODRAVKI

Tradicija i vrhunska gastronomija – Podravka i Esplanade

Od 70-tih godina prošlog stoljeća povezani su Esplanade i Podravka kroz Vegetine Male tajne

U okviru partnerske suradnje s Hotelom Esplanade, Podravku su posjetili gosti predvođeni generalnim direktorom hotela Ivicom Maxom Krizmanićem. Uz generalnog direktora hotela ugostili smo vodeće ljude tog prestižnog zagrebačkog hotela združene za odnose s javnošću, financije, evente, prodaju i kuhinju.

Prisjećajući se zajedničke poslovne suradnje kroz proteklo razdoblje, ona seže u sedamdesete godine prošlog stoljeća, kada su nastale najranije poveznice hotela Esplanade i Podravke kroz Vegetine Male tajne, koje su na TV ekranima krajnjim potrošačima otkrivali Stevo Karapandža, Oliver Mlakar i Vegeta.

Upoznavši Podravkino poslovanje, povijest, proizvode i distributivnu mrežu kroz korporativnu prezentaciju, gosti su s domaćinima iz Podravke posjetili Tvornicu Vegete, vidjevši gdje nastaje nezaobilazni dodatak jelima svih vrhunskih ručkova i večera.

“Nadam se da ćemo pronaći modele buduće suradnje sukladno zajedničkom konceptu i strategiji, jer današnjem susretu prethodi jedno pozitivno iskustvo”, rekao je direktor Sektora tržišta RH Nediljko Baričić, koji je predstavio našu kompaniju, govoreći o marketinškim aktivnostima, budućim investicijama i planovima, zaključivši pritom:

PROMOCIJA PODRAVKE U DUBROVNIK SUN GARDENSU

Podravkina jela za dubrovačke hotele

Produbljuje se suradnja Podravke i Radisson blu hotela

Ulazak u 2014. godinu obilježila je još jedna u nizu aktivnosti gastro prodaje koja je u poznatom dubrovačkom hotelskom resortu “Dubrovnik Sun Gardens” organizirala prezentaciju asortimana Podravkinih proizvoda. Cijela akcija odvijala se u koordinaciji voditelja gastro prodaje za regiju Dalmacija Dragomira Vukovića i voditelja kulinarstva Dražena Đuriševića, a veliki doprinos u organizaciji promocije dao je i trgovački predstavnik Neven Zečević.

Naši promotori kulinarstva Zlatko Sedlanić, Mišel Tokić i Zoran Delić pripremili su bogat toplo hladni buffet u kojemu su prevladavala jela pripremljena sa Podravki-

“Svojim aktivnostima dajemo krajnjem potrošaču odgovor zašto upravo Podravka kao konačan odabir. Pratimo tržišne promjene, pri tome uvažavajući trendove u kulinarsvu i osobnoj potrošnji kroz novitete u asortimanu, jer živimo i radimo jako dinamično kako bismo odgovorili zahtjevima vremena u kojem se nalazimo”.

Komentari gostiju na ovakav prijem u Podravki bio je – impresivno, a sve je dodatno upotpunjeno pozitivnim dojmovima kroz gastro prezentaciju i degustaciju noviteta iz Podravkine produkcije, priređenu u gastronomskom centru Štagelj. Voditelj promocije kulinarstva Dražen Đurišević istaknuo je zadovoljstvo jer goste hotela Esplanade Zagreb kojeg karakterizira tradicija vrhunske gastronomije, može upoznati s praktičnom primjenom naših proizvoda. Razmijenjena su dosadašnja iskustva, a posebice vezane za gastronomiju s šeficom kuhinje Anom Grgić. Specijalist kulinarstva Zlatko Sedlanić i suradnici djelatnici odjela Kulinarstva zasluženo su dobili pohvale za pripremljena jela, od kojih su neka i iznenadila goste zbog maštovitosti u kombinaciji namirnica.

Podravka se ovom prigodom u punom smislu riječi dokazala kao kulinarska institucija. (I.L.)



nim proizvodima. Asortiman mesne industrije Danica, Podravkine juhe, konzervirani asortiman, Dolcelini proizvodi blistali su na izložbenom stolu hotela “Radisson blu” koji plijeni svojom vizurom u Orašcu, malom turističkom mjestu pored Dubrovnika. Šef kuhinje Kevin Little koji je veliki dio svoje karijere proveo u hotelima diljem svijeta zadovoljan je prezentiranim i sigurno je da će nastaviti sa korištenjem dijela naših proizvoda.

Proširivanje ponude kroz asortiman proizvoda za doručak svakako je jako bitna za šefove kuhinja koji vole prezentirati sebe i sam hotel kroz prvi dnevni obrok. Upravo zato razni okusi marmelada, Linolade, čajeve, Lino žitarice i Lino napitak pobuđuju interes na svakoj prezentaciji. Direktorica nabave Iva Alošinec Cas još jednom je izrazila zadovoljstvo razinom prezentacije i načinom na koji su to naši promotori kulinarstva odradili. Kako je i sama rekla nema nikakvih zapreka da se produbi direktna suradnja Podravke i Radisson blu hotela. (B.F.)

POLAZNICI RATNE ŠKOLE POSJETILI PODRAVKU

Tradicionalni posjet Ratne škole “Ban Josip Jelačić”

Podravka je dala veliki obol tijekom Domovinskog rata

U okviru studijskog putovanja kroz sjeverozapadnu Hrvatsku temeljenog na redovnom planu i programu izobrazbe u 2014. godini, polaznici XVI. naraštaja Ratne škole OS “Ban Josip Jelačić” posjetili su Podravku. Tom prigodom upoznati su s temeljnim značajkama i planovima naše tvrtke, a tijekom prezentacije naglašeno je kako je Podravka dala veliki obol tijekom Domovinskog rata. Studijska putovanja polaznika ratne škole pripadaju praktičnom dijelu programa, a cilj putovanja je obilazak jedinica lokalne uprave i samouprave te važnih privred-

Uvođenje procesa vođenja godišnjih razgovora

Sustav godišnjih razgovora, praćenje i procjena radnog učinka i kompetencija, te dogovaranje ciljeva za predstojeći period izvrsna je platforma za razvoj zaposlenika, timova i kompanije jer nas potiče i omogućava nam stalan napredak i unaprjeđenje naše radne efikasnosti.

Napisala direktorica Upravljanja ljudskim potencijalima
Jasenska Maltarić-Dujnić

Proces upravljanja ljudskim potencijalima jedno je od ključnih područja na kojima Podravka ostvaruje svoju konkurentsku prednost. Kako bismo mogli ostvariti svoje strateške ciljeve i odgovoriti na konkurentske uvjete na tržištu, iznimno je važno imati zaposlenike s odgovarajućim talentima, vještinama, stavovima i motivacijom.

To znači da funkcija upravljanja ljudskim potencijalima u Podravki, od zapošljavanja kvalitetnih novih zaposlenika preko učinkovitog formiranja timova do stalnoga stručnog usavršavanja pojedinaca, omogućuje i stalno doprinosi djelotvornijem ostvarivanju misije i vizije koju kompanija pred sebe postavlja kroz strategiju poslovanja. Jedan od strateških prioriteta upravljanja ljudskim potencijalima jest i kontinuirani razvoj zaposlenika te poboljšanje kulture kompanije i unapređenje učinkovitosti pojedinaca i cijele organizacije. Upravo zbog toga jedan od procesa kojeg smo odlučili uvesti kako bismo postigli taj cilj jest uvođenje procesa VOĐENJA GODIŠNJIH RAZGOVORA.

Sustav godišnjih razgovora način je na koji pouzdano osiguravamo razvoj zaposlenih, omogućavamo praćenje i postizanje kompanijskih ciljeva i što uspješnijih rezultata kompanije. Osim toga ovo je i dobar način da unaprijedimo međusobnu komunikaciju, motivaciju i zadovoljstvo zaposlenika te im omogućimo transparentno definiranje očekivanja koja postavljamo pred njih.

Sustav godišnjih razgovora, praćenje i procjena radnog učinka i kompetencija, te dogovaranje ciljeva za predstojeći period izvrsna je platforma za razvoj zaposlenika, timova i kompanije jer nas potiče i omogućava nam stalan napredak i unaprjeđenje naše radne efikasnosti.

Budući da proces praćenja i unapređenja radnog učinka predstavlja suštinski dio zaduženja svakog menadžera potičem vas da u potpunosti iskoristite ovaj alat za razvoj svojih suradnika, svojih timova ali i samih sebe.

Uvjeren sam da će uspostavljanje jedinstvenog, sistematičnog pristupa procjeni uspješnosti rada i razvoja zaposlenih u našoj kompaniji značajno doprinijeti unapređenju rezultata Podravke i našem daljnjem rastu, a razvoj ljudi i kontinuirano unapređenje efikasnosti najsigurniji su put koji nas vodi do samog vrha.

VOĐENJE GODIŠNJIH RAZGOVORA

Ovaj period za razgovor želim posvetiti tvom razvoju i ciljevima. Želim da razgovaramo o ovoj poslovnoj godini i tvojim idejama kako u budućnosti povećati učinak koji ostvarujemo kao tim. Razmišljala sam o prethodnoj godini i vidim prostor za razvoj određenih kompetencija. Kako ti se to čini?

Otvoren sam za razgovor i želio bih čuti tvoje mišljenje i sugestije. Pripremio sam prijedlog ideja i ciljeva o kojima želim razgovarati, kako bismo zajednički dogovorili na što se trebamo fokusirati. Rado bih čuo tvoj prijedlog kako bi smo zajedno definirali plan mog razvoja.

KOMUNIKACIJA ZAPOSLENIKA I NADREĐENIH - KLJUČ USPIJESA KOMPANIJE

Rezultati istraživanja organizacijske klime i zadovoljstva poslom usmjerili su nas na razvoj inicijativa i aktivnosti kojima želimo poboljšati internu komunikaciju, a posebno u odnosima s nadređenim. Vodeći se Vašim stavovima, **Podravka pokreće sustav vođenja godišnjih razgovora.**

Godišnji razgovori s nadređenim omogućavaju zaposlenicima:

- jasnu i transparentnu komunikaciju očekivanja
- sustavno postavljanje ciljeva koji vode poboljšanju učinka
- razvoj kompetencija
- povećanje motivacije i zadovoljstva

Odvajanjem vremena za godišnji razgovor potiče se zaposlenike da iznesu svoje ideje za poboljšanja postojećih procesa što je dvostruka dobit – za pojedinca i organizaciju.

Uvođenje godišnjih razgovora odvijać će se u fazama, a konačan cilj je omogućiti svakom zaposleniku razgovor o učinku i razvoju.

Sve informacije o procesu potražite na intranet stranicama Upravljanja ljudskim potencijalima.

Vrijednost izvrsnost

Ključne kompetencije predstavljaju ona ponašanja koja bi svaki zaposlenik trebao pokazivati u svojoj organizacijskoj cjelini

Napisala Anamarija Čatipović

Naši zaposlenici su angažirani. Podržavamo jedni druge i radimo timski. Izvrsnost u radu pokazujemo osobnim primjerom. Zaposlenici naše kompanije pokazuju poštenje i integritet u o 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.

Kompetencije i vrijednosti

Ključne kompetencije potrebne su svim zaposlenicima u kompaniji. Podržavaju našu misiju i viziju, a vode nas prema ostvarenju uspjeha kompanije. Ključne kompetencije predstavljaju ona ponašanja koja bi svaki zaposlenik trebao pokazivati u svojoj organizacijskoj cjelini – to je ključna snaga koju pojedinac i kompanija



posjeduju. Kompetencije koje proizlaze iz vrijednosti IZVRSNOST.

Težimo samo izvrsnim rezultatima

Opis kompetencije: Postižemo izvrsne rezultate, pokazujemo inicijativu i preuzimamo odgovornost za svoje odluke. Poduzimamo aktivnosti za postizanje i prestizanje zadanih ciljeva. Propitkujemo načine obavljanja procesa i predlažemo promjene. Samostalno radimo na osobnom razvoju, tražimo dodatne odgovornosti na radnom mjestu koje možemo preuzeti.

Opis ponašanja: samostalno održava fokus na prioritetima, spremno preuzima odgovornost za odluke koje donosi i posao koji obavlja, uspješno usklađuje planiranje resursa i aktivnosti pri izvršavanju ciljeva, samoinicijativno pokazuje sklonost postizanju i premašivanju zadanih ciljeva, kontinuirano ulaže resurse u poboljšanje kvalitete vlastitog rada. Voditeljske kompetencije potrebne su na svakoj poziciji koja podrazumijeva upravljanje ljudima. Također proizlaze iz vizije i misije kompanije i podržavaju naše vrijednosti.

Prepoznamo i potičemo izvrsnost

Opis kompetencije: Izvrsni smo i predani u postizanju rezultata. Usmjereni smo na cilj što znači da težimo ostvarivanju i nadilaženju postavljenih ciljeva. To je više od određivanja cilja i zahtijeva nepopustljivu upornost u ostvarivanju ciljeva. Identificiramo i usmjeravamo organizacijske ciljeve te na osnovu njih za sebe i svoju organizacijsku cjelinu postavljamo jasne, mjerljive, relevantne i ostvarive ciljeve, utvrđujemo rokove za njihovo ostvarenje, pojašnjavamo očekivanja i time omogućujemo usmjeravanje energije prema ostvarenju ciljeva.

Opis ponašanja: postavlja visoke standarde kvalitete rada za sebe i svoj tim, ulaže vrijeme i trud za implementaciju ideja koje će unaprijediti određene procese, potiče suradnike u identificiranju aktivnosti za unapređenje poslovanja, prepoznaje, osnažuje i motivira prema izvrsnosti pojedinca u timu i suradnicima pruža širu sliku poslovanja s ciljem kontinuiranog unapređenja usluga prema internim i/ili eksternim korisnicima.

Prošlogodišnji kontinuirani razvoj zaposlenika nastavlja se i ove godine

Osim navedenih in-house edukacija, tijekom 2013. godine realizirano je 1742 upućivanja zaposlenika na razne kategorije obrazovanja

Jedna od ključnih elemenata pri stvaranju Podravkine dugoročne konkurentske prednosti je i kontinuirano ulaganje u zaposlenike. Tako su u zadnjem kvartalu prošle godine realizirani brojni treninzi i radionice sa ciljem organizacijskog razvoja, a u skladu sa Planom obrazovanja.

Brojne in-house edukacije u prošloj godini

Razvojni program u 2013. godini za sektor Istraživanje i razvoj je priveden kraju sa temama: Proaktivnost i poduzetništvo te Upravljanje konfliktnim situacijama. Rukovodila razina sektora Logistika krenula

je u razvojni program sa temom Upravljanje promjenama. Nova generacija pripravnika usvajala je Komunikacijske vještine dok su mentori prošli trening Uloga mentorstva i značaj mentorstva.

Za prodajnu silu provedeni su sljedeći razvojni programi: Tržište RH je usavršavalo prezentacijske vještine i Pregovaračke sposobnosti; Tržište JI Europe – Uspješno upravljanje kupcima dok je sa Tržištem Slovenije realizirana interna radionica u sklopu projekta Analiza potencijala prodaje. Na tržištu Rusije održani su interni treninzi edukacija za prodajnu operativu naših distributera. Za

sektor KMK održana je radionica na temu Upravljanje promjenama.

Od obrazovanja uvjetovana zakonskim propisima, tečajeve stranih jezika i informatičkih znanja do raznih stručno specijalističkih obrazovanja te konferencija u zemlji i inozemstvu.

Organizacijski razvoj i ulaganje u zaposlenike kao najvećem razvojem potencijalom kompanije, sustavno se nastavlja i u 2014. godini. U skladu s Planom obrazovanja već se u početnim mjesecima ove godine realiziraju treninzi i radionice s ciljem daljnjeg organizacijskog razvoja (T.J.)



PODRAVKAŠI U LANCU SREĆE

SHAPEovci osmislili model korporativnog volontiranja

Promicanje svijesti o potrebi pružanja pomoći socijalno ugroženim osobama.

U sklopu pripravnništva prve generacije SHAPE programa, zadatak mladih Podravkaša bio je, između ostalog, osmisliti i model korporativnog volontiranja. Maja Blažek, Petra Čolig, Ana Frleta, Ivana Husnjak, Vibor Kalmar, Milan Martinović i Marko Prlić osmislili su tako osnivanje Podravkine udruge volontera pod nazivom PULS – Podravkaši u lancu sreće.

Udruga je trenutno u fazi osnivanja i izrade nacrtu Statuta, nakon čega će uslijediti volonterske aktivnosti u koje će se moći uključiti svi zainteresirani Podravkaši. Planirane aktivnosti udruge humanitarnog su karaktera poput rada s mladima, organiziranja akcija uređenja okoliša i životnog prostora te organiziranje raznih događanja s ciljem prikupljanja novčanih sredstava, ali i poticanje sugrađana na humanitarnu djelatnost i promicanje svijesti o potrebi pružanja pomoći socijalno ugroženim osobama. Upravo je zato jedna od prvih aktivnosti udruge bio posjet članova Kluba Latica našoj kompaniji.



Klub Latica posjetio Podravku

Radost, smijeh, sreća – riječi su koje su najbolje opisivale raspoloženje od milja zvanih “Klubovaca” koji su najprije panoramski razgledali Podravkine tvornice u industrijskoj zoni Danica, a zatim zadivljeno gledali viljuškare i kamione te transport robe u sektoru Logistika. Najveći osmijeh ipak su izazvale Podravkine maskote. Druženje se nastavilo prigodnim predstavljanjem kompanije, a zatim i na zajedničkom ručku u restoranu društvene prehrane. Kao i uvijek, gosti su iz Podravke otišli s vrećicama u rukama, odnosno poklonima koje je Podravka za njih pripremila.

“Veliko vam hvala na gostoprimstvu, svima vama želimo sretne i ugodne blagdane, a Podravki u novoj godini želimo veliki rast i nadamo se da će se suradnja nastaviti i na drugim aktivnostima”, rekao je Ivica Rožanković, tajnik kluba Latica. (L.K.)

PODRAVKA U PROJEKTU “ISKUSTVO ZLATA VRIJEDI”

Ivana i Tomislav na studentskoj praksi

Od petero studenata dvoje najboljih u Podravki

Prepoznata kao jedan od top poslodavaca u Hrvatskoj, Podravka se uključila u projekt Poslovnog dnevnika i 24sata “Iskustvo zlata vrijedi”. Riječ je o projektu čiji je cilj povezati studente s kompanijama u kojima najviše žele raditi i na taj način steći iskustvo koje će im zlata vrijediti u nastavku karijere. Tim je povodom Podravku posjetilo petero studenata – Mirela Bačić, Tomislav Horvat, Vjekoslav Leko, Ivana Lekšić i Tomislav Tomašić. Finalisti su to koji su upravo našu kompaniju izabrali kao najatraktivnijeg poslodavca te su na taj način dobili priliku izboriti se za studentsku praksu baš u Podravki. Njihov zadatak bio je izraditi case study na temu “Unapređenje sustava interne edukacije i komunikacije – klasično i upotrebom ICT-a – uloga HR-a”. Studenti su kroz petnaest minutna izlaganja prezentirali svoje viđenje programa interne komunikacije i edukacije zaposlenika od strane Upravljanja ljudskim potencijalima prema zaposlenicima ili između zaposlenika. Pri izradi programa



na raspolaganju su im bili svi kanali za distribuciju informacija: klasični (novine, plakati, radionice, sastanci) i elektronički, koji uključuju e-učenje, intranet, webinare, alate za videokonferenciju i ostalo.

Njihove prezentacije saslušala je komisija sastavljena od predstavnika Upravljanja ljudskim potencijalima te Korporativnih i marketinških komunikacija, a nakon konzultacija kao najbolji su izabrani Tomislav Horvat s Ekonomskog fakulteta u Osijeku te Ivana Lekšić, studentica novinarstva na kopriivničkom Medijskom sveučilištu. Ivana i Tomislav tako će svoju studentsku praksu odraditi u sektoru Upravljanje ljudskim potencijalima te na taj način steći iskustvo koje zaista zlata vrijedi. (L.K.)

PODRAVKA BIH

Godišnja Konferencija Podravke Bosne i Hercegovine

Izražen optimizam i vjera u tim na BiH tržištu

U Zenici je održana redovita godišnja Konferencija prodaje i marketinga Podravke Bosne i Hercegovine na kojoj su detaljno analizirani ostvareni rezultati prodaje u protekloj poslovnoj godini po kategorijama, potom po kanalima prodaje, regijama i kupcima kao i plan prodaje za 2014. godinu s jasnim smjernica i ciljevima. Prezentirane su i planirane marketinške aktivnosti s posebnim fokusom na prvi dio godine, a i detaljno se analiziralo sve ono dobro i pozitivno što se odradilo u prethodnoj poslovnoj godini. Istaknuta je važnost fokusiranja u 2014.-oj godini na ključne kategorije sa posebnim fokusom na lidere te nove proizvode i nove projekte, a sve u cilju podizanja



što bolje efikasnosti u obradi tržišta. Posebice je apostrofirana uloga trgovačkih predstavnika i svih ljudi na terenu kako bi se i u ovim vrlo izazovnim vremenima u kojima se nalazimo ostvario maksimalni učinak. Na kraju konferencije završnim riječima nazočnima su se obratili direktor Podravke BiH Milan Šarlija i direktor sektor Tržišta jugoistočne Europe Robert Fodor koji su izrazili optimizam i vjeru u tim na bosanskohercegovačkom tržištu, a koji je u više navrata potvrdio da može, zna i umije odgovoriti na sve zahtjevnije tržišne izazove u cilju ostvarivanja planiranih rezultata. (M.Z.)

PODRAVKA LATVIJA

Dodatno pozicioniranje Vegete na pribaltičkom tržištu

Rimi Baltic je najveći trgovački lanac u pribaltički državama sa sjedištem u glavnom gradu Latvije – Rigi.

U cilju bolje zastupljenosti i prepoznatljivosti kod potrošača u Latviji organizirano je dodatno pozicioniranje Vegeta stalaka u najvećem trgovačkom lancu Rimi Baltik. Na stalcima su izloženi Vegeta univerzalna, Vegeta Natur i monozačini. Inače, monozačini su nova kategorija općenito za Grupu Podravka i Baltičke zemlje su bile prve na koje su monozačini ulistani u srpnju prošle godine. Osim toga asortimana, u trgovačkim lancima Rimija Podravka je prisutna s praktički kompletnim asortimanom juha koje se prodaju u Priblatiku.

“Ovo dodatno placiranje jedno je u nizu marketinško-prodajnih akcija koje provodimo na tržištu Pribaltika gdje su prisutni svi veliki svjetski igrači iz prehrambene industrije. Konkurencija je žestoka, ali pokušavamo ići u korak s njima i mislim da to uspijevamo. I u ovoj godini nastavljamo s marketinško-prodajnim akcijama”, ističe direktor sektora Tržišta istočne Europe Damir Perlok.

Vlasnik toga lanca je švedska grupa ICA. Rimi Baltik ima 246 trgovačkih lanaca, 83 u Estoniji, 104 u Latviji i 65 u Letoniji te distributivne centre u svakoj od tih pri-



baltičkih država. Naravno, ući u te distributivne centre nije nimalo lako pa su zbog toga vrlo bitne kvalitetne marketinško-prodajne akcije kojima se želi što više privući potrošača te ga usmjeriti na kupovinu Podravkinih proizvoda. Podravkaši Pribaltika su na najboljem putu da ispune tu zadaću, a u prilog tome govore prošlogodišnji prodajni rezultati na tim tržištima. (B.F.)

MEDVJEDI I PODRAVKA NAGRAĐUJU POTROŠAČE

Nagrađeni uživali u Moskvi

Povezivanje KHL Medveščak i Podravke i Vegete daje odlične rezultate

Podravkina nagradna igra Zagrizi za pobjedu i osvoji nagradu! usrećila je mladi bračni par iz Varaždina. Vera Golenko Varga i Igor Varga osvojili su putovanje u Moskvu i ulaznice za utakmicu KHL-a između domaćeg Spartaka i zagrebačkog Medveščaka. Tako je kupnja Podravkinih pašeta i Zimske salame uz gurmanski užitak sretnim dobitnicima pružila i nezaboravni boravak u glavnom gradu Rusije.

“Ovo je bilo nešto posebno. Informaciju da sam baš ja najveća sretnica među onima koji su sudjelovali u Podravkinjoj nagradnoj igri stigla nam je na sam Badnjak i ljepši Božićni poklon nismo mogli ni zamisliti. Upoznali smo znamenitosti Moskve i doživjeli prekrasnu atmosferu u ledenoj dvorani Sokolniki koju nikada nećemo zaboraviti” – izjavila je Vera Golenko Varga.

Pozitivne emocije vezane uz Medvjede ne krije ni Pavel Ramazin, voditelj prodaje ključnim kupcima u predstavništvu Podravke u Rusiji:

PODRAVKA SLAVI S MEDVJEDIMA

Ulazak Medvjeda u doigravanje uveličala i Podravka

Zajedno s navijačima i partnerima napravljeno je više od očekivanog

Već u svojoj prvoj sezoni nastupa u KHL-u Medveščak je osigurao ulazak u doigravanje što je veliki uspjeh za zagrebačke hokejaše. Slavlje desetak tisuća navijača u Areni nije pomutio ni poraz u posljednjoj domaćoj utakmici u osnovnom dijelu sezone od Sjeverstalja iz Čerepovca. Gosti su u Areni pobijedili poslije izvođenja kaznenih udaraca nakon što je prvih 60 minuta završilo 1:1., ali su Medvjedi osvojili bod i tako došli na visoko peto mjesto Zapadne konferencije. “Pokazalo se kako su naš trener i sportski tim napravili vrhunski posao i drago mi je da u niti jednom trenutku nisam sumnjao u njihov uspjeh!” – izjavio je predsjednik Medveščaka Damir Gojanović i dodao: – Zajedno s navijačima i partnerima napravili smo više od očekivanog i sada želim da svi zajedno uživamo u hokeju, u sportu bez ikakvog pritiska i bez ikakvih opterećivanja



“Povezivanje KHL Medveščak i Podravke i Vegete daje odlične rezultate. Hokej je jedan od najpopularnijih sportova u Rusiji, prati ga veliki broj gledatelja, posebice onih mladih koji još ne znaju za brand Vegeta. Sada kada ga vide na dresovima pitaju se što je to Vegeta i žele je iskušati”.

Osim što doprinose uspješnoj promociji Hrvatske i Podravke u Rusiji, hokejaši Medveščaka ne zaboravljaju ni domaće navijače pa će svima u suradnji s Podravkom omogućiti osvajanje navijačkih rekvizita s logotipom popularnog kluba. Od 18. siječnja do 1. ožujka na 80 prodajnih mjesta širom Hrvatske organizirana je promotivna prodaja Podravka pašeta i trajnih kobasica u kojoj potrošači kao nagradu mogu osvojiti majicu, šilt kapu, privjesak ili kemijsku olovku s logom Medvjeda, naravno zavisno od iznosa kupljenih proizvoda. (J.L.)



višim ciljevima! A jedan od važnih partnera u ovom sportskom poduhvatu je Podravka. Igrači su na svojim dresovima tijekom cijele sezone nosili logo Vegete, a medvjedić Lino zabavljao je domaću publiku svojim majstorijama na ledu te druženjem s najmlađim navijačima u Lino igraonici. Također, Podravka je za navijače tijekom sezone priredila niz promotivnih događanja koja su dobro prihvaćena. “Odlično nam paše Krepka juha u pauzama, dat će nam snagu za bolje navijanje u zadnjoj trećini” – izjavili su vjerni navijači Medvjeda koji su na Podravkinom štandu iskušali novitete koji su pripremali naši promotori kulinarstva. U play offu koji slijedi Podravka će navijače nagraditi i ostalim proizvodima s logom Medvjeda, a medvjedić Lino će biti još aktivniji u Medveščak Kids Clubu. (J.L.)

PODRAVKA U PROJEKTU PREVENCIJE PRETILOSTI

Mali kuhari glasali za zdravu hranu

Društvo Naša djeca priredit će mala knjižicu recepata

Mala djeca vole mrkvu, znaju da je brokula zdrava, uživaju u zlevanki s prosom, a kuglice od oslića jeli bi svaki dan. Pokazalo se to na kulinarској radionici u “Štaglju” gdje su uz Podravkine promotore kulinarstva, kuhare iz vrtića te mame i tate, kuharske kape na glavu stavili i mališani iz koprivničkih dječjih vrtića. Djeca su pripremala kolačiće od krumpirovog tijesta i sendviče, a zatim su iskušala jela koja su uz stručnu pomoć Podravkinih promotora kulinarstva spravljali njihovi roditelji, kuharice iz vrtića, ravnateljica i pedijatriца. Najviše petica dali su kuglicama od oslića i rižotu od piletine sa žilijen povrćem te tjestenini s tunom i lećom u umaku



od rajčice. Oduševila ih je torta od riže s kruškama i zlevanka od prosa i poželjeli su da takva jela jedu što češće, ne samo u vrtićima, nego i kod kuće. Stoga će Društvo naša djeca Koprivnica koje je uz podršku Podravkinog kulinarstva organiziralo ovu radionicu kao sastavni dio projekta prevencije pretilosti prirediti malu knjižicu recepata, te uz niz kuharskih igraonica u svim vrtićima promovirati zdravi način prehrane. (J.L.)

HUMANITARNI KARATKER

Čokolino razveselio dječake

Podravka za obitelj Mihajlović

Petogodišnji Robert i dvogodišnji Emanuel koji s roditeljima žive u nedovršenoj kući na Vinici, od prošlog tjedna mogu jesti Čokolina koliko god žele. Od mame mogu zatražiti i palačinke i džem i Kvik grickalice, a da njoj pri tome ne zasuze oči. U njihov skromni dom došla je teta iz Podravke i donijela im velike pakete hrane unijevši tako neopisivu radost u četveročlanu obitelj Mihajlović. Mama Mariza i tata Davor koji je kao dijete bez roditelja odrastao u Domu Svitanje, su nezaposleni, obiteljski proračun koji pune porodijska naknada, dječji doplati i socijalna naknada iznosi 3300 kuna, a sve što tata zaradi povremenim poslovima odlazi na preuređenje klijeti u



kojoj žive. O teškom stanju ove obitelji koja u kući ima samo dva kreveta pisao je i Glas Podravine, a nakon objavljenog članka proradilo je veliko Podravkino srce i olakšalo svakodnevicu obitelji. Ukoliko vi koji čitate imate višak namještaja, posteljine, igraćaka, kućanskih aparata pomognite Mihajlovićima. Kontakt telefon je 099/260-12-63. (J.L.)

BOLJA SURADNJA HOTELA TOPLICE I PODRAVKE

Pohvale Podravkinim delicijama

Hotel Toplice u Krapinskim Toplicama bio je mjesto gastronomskog užitka kojega su organizirali Podravkini promotori kulinarstva Zlatko Sedlanić, Marko Peras i Zoran Delić. Oni su odradili prezentaciju gastro asortimana koja je ujedno bila i edukativnog karaktera, a akcent je bio na Podravka žitarice i grahorice. Na prezentaciji su bili

direktorica hotela Toplice Andreja Vrhovski, voditeljica odjela hrane i pića Doroteja Lisak, šef kuhinje Ivan Koprivnjak, osoblje kuhinje te predstavnici Marketinga i Prodaje hotela Toplice.

Također, jela je degustiralo i 30-ak gostiju hotela koji su itekako pohvalili delicije koje su pripremili promotori, tako da će uskoro veći dio jela biti uvršten na hotelski jelovnik, a naši promotori će odraditi recepture s normativima kako bi što prije krenuli s novom ponudom jela. Ujedno, u dogovoru s direktoricom Vrhovski i Podravkinim voditeljem Kulinarstva Draženom Đuriševićem proširit će se suradnja u segmentu kreiranja jela i edukacije kulinarskog osoblja hotela. (B.F.)

Prošle godine Podravka ugostila oko 6000 posjetitelja

Podravka i dalje nezaobilazna destinacija većine organiziranih grupa koje dolaze u Koprivnicu

Tradicija, odlični proizvodi i pozitivan imidž tri su glavna razloga zbog kojih posjetitelji Koprivnice rado dolaze u Podravku. Šarolika je struktura grupa koje dolaze, kao i raspon po dobnim skupinama, ali cilj je jedan – vidjeti Podravku kako svakodnevno diše, stvara, živi...

Posjetitelji nerijetko nakon prezentacije i obilaska jedne od Podravkinih tvornica te Spomen sobe prof. Zlate Bartl podijele svoje oduševljenje činjenicama koje nisu znali o Podravkinoj povijesti, internacionaliziranosti, širini asortimana...

U 2013. godini Podravka je ugostila oko 6000 posjetitelja iz osnovnih i srednjih škola, vrtića, fakulteta i učilišta, sportskih, ekoloških, umirovljeničkih i studentskih udruga te mnogih drugih koji su u plan putovanja Podravku ubilježili kao mjesto koje svakako žele posjetiti. Većina gostiju je iz Hrvatske, no dolaze i grupe iz susjednih zemalja, najčešće iz Mađarske, BiH i Slovenije.

Uzevši u obzir da su gosti koji posjećuju Podravku ujedno i kupci Podravkinih proizvoda, nema ljepše

pohvale nego kad na odlasku kažu da je Podravka upravo ono što poručuje: Kompanija sa srcem!

Nakon jednosatnog druženja, posjetitelji puni impresija nastavljaju svoje putovanje s prigodnim poklonom – vrećicom s Podravkinim proizvodima, a za trajnije sjećanje neizostavno je fotografiranje ispred legendarne Podravkine žlice i pijevca. Koliko su te posjete značajne dokazuju i brojna pisma posjetitelja koji su očarani veličinom, značajom i važnošću Podravke. (A.L.T.)



Lino višebojac u Rijeci, Ogulinu i Donjim Andrijevcima

Riječki osnovnoškolci nastavili
bajkovitu priču uz legendarne sportaše
Zvonimira Bobana, Sandra Sukna i Mirzu Džombu

Mirza Džomba koji u svojim vitrinama pored ostalog čuva svjetsko i olimpijsko zlato te priznanje za najbolje svjetsko krilo, najbolji svjetski vaterpolista Sandro Sukno osvajač olimpijske i europske zlatne medalje i Zvonimir Boban legendarni kapetan vatrenih koji je s nogometnom reprezentacijom Hrvatske osvojio broncu na svjetskom prvenstvu u nogometu koje u igru s djecom uvodi omiljeni medvjedić Lino- to može samo Lino višebojac.

Znaju to u riječkoj Osnovnoj školi Srdoči koju je danima tresla groznica pripreme za jedinstveno događanje. Svoje goste 700 je osnovaca dočekalo s neizmjenjnim veseljem,

dobro uvježbanim plesnim točkama i s raznovrsnim navijačkim rekvizitima. Svi su se nastojali predstaviti u najboljem svjetlu, pa se dogodilo da na kraju čak sedam natjecatelja ima jednaki zbroj bodova. Za razigravanje je izabran rukomet, među tri djevojčice najuspješnija je bila Mateja Gašpar, a u konkurenciji četiri dječaka pobjednički pehar je osvojio Mateo Sergio.

U ogulinskoj Prvoj osnovnoj školi ispričana je bajkovita Lino priča u kojoj su uz glavne junake-pobjednike Tina Stošića i Paulu Vučić zablistali i članovi školskog zbora koji su osvojili pozivnicu za finale. Mali Ogulinci pretvoreni u šegre

Hlapiće, oslikani crveno-bijelim kockicama, u ekološkim kostimima i s porukama protiv govora mržnje, bili su presretni što mogu zagrliti Ana Mariju Čelan Bujas članicu karate reprezentacije koja je osvojila zlato na europskom prvenstvu i dobiti potpis od rukometaša Luke Štepančića osvajača svjetske bronce. Za svoje navijanje osvojili su najviše ocjene i slatku nagradu Čokolino fit.

Učionice OŠ Viktor Car Emin u Donjim Andrijevcima tjedan su dana nosile nova imena- Sportolino, Linoalkemija, Tehnolino, Lino informatika, školske zidove prekrilo je više od 500 crteža medvjedića. U čast Lino ispisani su haiku stihovi, a

popularni bečarac u izvedbi Josipa i Marka dobio je novi pripjev: "Ej Lino, Lino ti si naša lola, tebe voli, tebe voli andrijevačka škola." Jedan tata, inače zaljubljenik u motore ponudio je poseban prijevoz za medvjedića. Turiranje moćne mašine koja je uvezla među u sportsku dvoranu samo je na kratko zaglušilo buku s tribina, da bi zatim dječje navijanje odjekivalo sve do susjednog sela. Svoje oduševljenje nije krio iskusni rukometni internacionalac Igor Vujić kojemu je baš kao i Šimi Iviću ovo bilo prvo gostovanje u projektu Podravke, SN i HT. Rukometaši Nexea ispisali su jednu od najljepših stranica Lino višebojca kroz družnje s dječakom koji od rođenja teško hoda. Maleni Mihael Čipuzović poželio je pucati na gol svojim rukometnim idolima, a Igor i Šime omogućili su mu da osjeti radost pobjede i tako potvrdi da je najvažnije imati hrabro srce. Mihael je osvojio nagradu Podravke baš kao i Lorena Šimičić koja je preciznim udarcima na gol iznenadila Rafaela Spajića brončanog žonglera s europskog prvenstva u uličnom nogometu, te Silvije Midenjak koja je sastavila najbolji rad na temu svijet po tvom. Cijela škola koju će na finalu predstavljati pobjednici Marija Magdalena Tolić i Zdravko Kolek dobila je najviše ocjene za organizaciju i atmosferu i mogućnost ponovnog domaćinstva Lino višebojca. (J.L.)

Uzbudljivih natjecanja nije nedostajalo



Koncentracija prije starta



Mladi Riječani s legendama hrvatskog sporta



Natalija Zalar, voditeljica odjela Upravljanje izvorima financija

Uspješna poslovna žena, majka i supruga

Natalija je nedavno magistrirala na temu “Čimbenici donošenja odluka o kupovini određene dionice”



Natalija Zalar u Podravki radi 8 godina, a uz posao najvažnije su joj dvije prekrasne djevojčice, dvogodišnje blizanke Doris i Helena. Kada završi radni dan, kao i sve majke, prirodnim klikom prebacujem se na novi posao. Odlazim u vrtić i počinjem tražiti odgovor na pitanje: “Što danas kuhati?” Ostatak dana, svi manje više radimo iste stvari, trudeći se pozitivno sagledati dan te izvući najbolje od svega. Upravo zbog takve životne filozofije, u našoj maloj oazi mira od 60 kvadrata, sa svojim djevojčicama i suprugom, tada sam samo majka i žena. Radeći u Riznici Podravke na vodećoj poziciji vezanoj uz poslove s kreditima, stekla je neprocjenjiva poslovna iskustva, vještine pregovaranja, osjetila izazove i poslovni stres: “Raditi u Financijama velike kompanije nije nimalo lako, ali

zbog biti samog posla, najveća je prednost da se uvijek mogu sagledati stvari i poslovni događaji onakve kakvi jesu, bez imalo uljepšavanja i friziranja.”

Natalija je odnedavno magistrirala a kako kaže, tema njezinog rada “Čimbenici donošenja odluka o kupovini određene dionice”, apsolutno je u trendu budući da je u periodu od samo 3 godine hrvatsko tržište dionica doživjelo nezapamćen rast aktivnosti, što ga je činilo jednim od najbrže rastućih tržišta kapitala u svijetu.

Ući u klub magistara, posebice u sferi financija, za mene je velika čast, ali najviše priznanje za radi i silan trud koji je jednostavno morao biti uložen da bih postigla sve što sam danas. Moj specijalistički poslijediplomski rad, imao je osnovnu svrhu istražiti ključne čimbenike koji utječu na neracionalno i nelogično ponašanje malih investitora, kada dobiju osjećaj lake i brze zarade. Prve ideje o navedenoj temi, počele su se razvijati u sklopu kolegija Biheviorističke financije, jedne sasvim nove grane u ekonomiji, koja znanstveno istražuje ljudsko socijalno i kognitivno ponašanje te emocionalne neravnoteže, koje nastaju prilikom donošenja odluka kada je u pozadini NOVAC. Na hrvatskom tržištu kapitala ovakvo istraživanje još nikada nije provedeno, ako i jest, nije javno dostupno, a moja namjera je bila javno objaviti

rezultate istraživanja. U današnje vrijeme, kada se na burzi svakodnevno izmjenjuju euforija i pesimizam u vrlo kratkim vremenskim periodima, razumijevanje psihologije tržišta je iznimno važno ukoliko se investiranjem u vrijednosne papire žele ostvariti pozitivni rezultati.

Težište završenog studija bilo je orijentirano na praktičnu primjenu znanja o poslovanju i funkcioniranju financijskih institucija i tržišta u rješavanju pojedinačnih i karakterističnih slučajeva iz prakse. Svrha studija je bila osposobljavanje polaznika za donošenje odluka pri različitim funkcijama i razinama upravljanja u poslovnim bankama, investicijskim i mirovinskim fondovima, brokerskim kućama, osiguravajućim institucijama, korporacijama, središnjoj banci i drugim institucijama.

Cilj mi je razvijati se u svakom životnom i poslovnom segmentu i naravno ubirati sve plodove tog razvoja. Želja mi je naći savršeni model “kako biti uspješna poslovna žena, majka i supruga”... onda o tome napisati knjigu i sve lijepo unovčiti. Ha ha ha... Želim nove izazove i upravo sam zato odlučila svoju karijeru nastaviti razvijati u okviru sektora Interna revizija. Ući u samu srž poslovanja tako velike i kompleksne kompanije, učiti od drugih i drugima dijeliti svoje znanje, trenutačno moj je najveći poslovni izazov i cilj. (I.L.)

Jelovnik za veljaču i ožujak 2014 . godine

17. 02. 2014. g. ponedjeljak	Varivo grah s kiselim repom, kobasica
18. 02. 2014. g. utorak	Pileći paprikaš, tijesto, salata
19. 02. 2014. g. srijeda	Pohana svinjetina, krumpir seljački, salata
20. 02. 2014. g. četvrtak	Junetina u saftu, pirjana riža, salata
21. 02. 2014. g. petak	Pohani som, kelj na lešo, salata
24. 02. 2014. g. ponedjeljak	Varivo grah s kiselim kupusom, rolana lopatica
25. 02. 2014. g. utorak	Pureći paprikaš, riža s povrćem, salata
26. 02. 2014. g. srijeda	Pečena piletina, mlinci, salata
27. 02. 2014. g. četvrtak	Ciganski odrezak, pire krumpir, salata
28. 02. 2014. g. petak	Varivo poriluk, kobasica, desert
03. 03. 2014. g. ponedjeljak	Varivo grah s tijestom, podravski špek
04. 03. 2014. g. utorak	Đuveđ, rizi-bizi, salata
05. 03. 2014. g. srijeda	Pohani oslić, krumpir slani, salata
06. 03. 2014. g. četvrtak	Pečena svinjetina, krpice sa zeljem, salata
07. 03. 2014. g. petak	Mađarski gulaš, desert
10. 03. 2014. g. ponedjeljak	Vojnički grah, salata
11. 03. 2014. g. utorak	Umak bologneze, tijesto špageti, salata
12. 03. 2014. g. srijeda	Kotlet na samoborski, pire krumpir, salata
13. 03. 2014. g. četvrtak	Pečena piletina, mlinci, salata
14. 03. 2014. g. petak	Prženi oslić, kelj na lešo, salata

Oglas za prodaju rashodovanog vozila

Na osnovi statuta poduzeća Podravka d.d. objavljuje se prodaja rashodovanog motornog vozila putem JAVNE PRODAJE – ZATVORENIM PONUDAMA:

TERETNO VOZILO MERCEDES 917, GODINA PROIZVODNJE – 1998., ISPRAVNO, POČETNA CIJENA 30.000,00 KN.

Dana 18.02..2014.g. u prostorijama Vanjskog transporta, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica u 12.00 sati. Ponude se primaju do 11.30 sati u uredu Vanjskog transporta (Milan Kuparić)

Vozilo se može razgledati 18.02.2014. u dvorištu V. transporta, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica (Milan Kuparić) od 8.00-11.00 sati. Pravo nadmetanja imaju sve pravne i fizičke osobe koje uplate jamčevinu u iznosu 10% početne cijene. Vozila

se prodaju po načelu VIĐENO – KUPLJENO bez prava na naknadne reklamacije.

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



Podravka Grahorice i Žitarice – izvor vitalnosti i zdravlja

Grah kao vrlo zdrava namirnica, neutralnog okusa, dodatkom različitih namirnica i začina, postaje vrlo ukusan i poželjan obrok na svakom stolu.

Podravka je svojim kupcima pripremila novu liniju proizvoda – Grahorice i Žitarice, izvor vitalnosti i zdravlja. U asortimanu se nalazi osam novih proizvoda, Podravka Šareni grah, Crveni grah, Heljdina kaša, Prosenka kaša, Zelena leća, Soja, Slanutak i Ječmena kaša. Ovo su nutritivno vrlo bogate i zdrave namirnice koje su odličan izvor proteina, minerala, vitamina i vlakana. Svaki od ovih proizvoda pomno je selekcioniran, pročišćen i pakiran u praktičnu ambalažu koju je nakon upotrebe moguće lako zatvoriti. Većina tih proizvoda, dobro je poznata potrošačima koji sve

češće paze na pravilnu prehranu.

Zrna prosa i heljde izvor su hranjivih sastojaka i imaju široku primjenu. Soja je jedina biljna namirnica koja sadrži sve esencijalne aminokiseline bez kojih organizam ne može funkcionirati.

Od kuhane soje može se pripremiti pire i poslužiti kao prilog ili namaz, a ona se može dodati juhama, varivima ili salatama. Osim u vegetarijanskoj prehrani zelena leća sve se više koristi i u “konvencionalnoj” prehrani i to kao glavno jelo u obliku variva ili juha te kuhana ili

pirjana kao prilog mesu. Može se kombinirati s tjesteninom, palentom te pripremiti na salatu, a isto tako i kao ukusan namaz.

Leća se može dodati u bilo koje kuhano jelo jer je neutralnog okusa, a poslužiti će i za ugušćivanje jela. Slanutak, čija osnovna priprema je kuhanje, se koristi kao predjelo, juha, varivo, glavno jelo ili prilog, kao dodatak povrtnim salatama pa čak i kao sastavni dio deserta. Proizvodi su cjenovno prihvatljivi i nutritivno kvalitetni te se uklapaju u rastuću socijalno odgovornu i ekološku svijest potrošača.



Namaz od graha

Grah primjerice ne morate konzumirati više samo u varivu ili zapečenog. Zašto ga ne biste isprobali i kao namaz na kriški kruha i s malo maslaca?

Sastojci:

150 g Šarenog graha Podravka
3 žlice ulja
3 žlice suncokretovih sjemenki
1 crveni luk
1 žlica hrena Podravka
1 žlica ajvara Podravka
sol i papar po potrebi
1 žlica narezanog vlasca

Priprema:

Priprema ovakvog neobičnog, a opet jednostavnog namaza iziskuje vrlo malo truda. Očišćeni i oprani Podravka grah namočite u mlakoj vodi oko 4 sata. Stavite ga kuhati u hladnu, blago posoljenu vodu i kuhajte ga dok ne omekša. Kada je kuhan procijedite ga i isperite. Na zagrijanom ulju popržite nasjeckani luk toliko da omekša. Dodajte kuhani grah, sjemenke suncokreta, ajvar, hren, vlasac, malo soli i papra. Lagano pirjajte 15-ak minuta, po potrebi malo podlijte vodom, a možete i crnim vinom. Nakon pirjanja sastojke dobro usitnite štapnim mikserom u gustu smjesu. Dobili ste namaz idealan za predjelo, doručak ili uživanje između obroka. Štoviše, umiješali ste omiljeni ajvar i hren te dodali još nekoliko zanimljivih začina, a uz pomoć štapnog miksera dobili idealnu mazivu konzistenciju. Dobar tek!



SPOJ RAZLIČITIH KUHINJA

Rajkovi štrukli s pancetom

Kuhanje smatra umjetnošću i svaki recept malo izokrene spajajući okuse i različite kuhinje

Podravkin zaposlenik Kontrolinga na radnom mjestu voditelja Centralne inventurne komisije Rajko Gašparić osim brojanja i “inventuriranja”, veliki je zaljubljenik u tenis i sport općenito. Predsjednik je Teniskog kluba Đurđevac i inicijator promocije tog sporta u njegovom Đurđevcu.

Kuhanje smatra umjetnošću i svaki recept malo izokrene spajajući okuse i različite kuhinje što u pravilu ispadne dobro no sasvim je normalno da postoje i izuzeci.

Kuhanje prigrli vikendom i na svim obiteljskim okupljanjima, a sudjeluje i u tradicionalnom spravljanju “Picoki po picekima”, gdje je njegova ekipa osvajala nagrade u međunarodnoj konkurenciji.

Najviše voli jesti, a što drugo, nego ono što sam skuha, no u tome imaju prilike uživati i dragi mu ljudi.

Zagorska bučnica (štrukli) s pancetom:

Tijesto za savijače:
300 g domaćeg svježeg sira
0,8 l domaćeg vrhnja
5 jaja
10 dkg Podravka pancete
0,5 kg tikvica

Smjesa za štrukle:

- razmutimo jaja, dodajemo sir i vrhnje (1/5 ostaviti za premaz na kraju) te posolimo žlicom soli.
- u smjesu umiješamo naribane tikvice koje su prije odstajale kako bi pustile višak tekućine.
- tijesto za savijaču (dva komada) premažemo smjesom.
- narolane štrukle stavimo u tiganj i na njih postavimo tanko narezanu pancetu i to sve zalijemo vrhnjem.
- pečemo 50 minuta na 190 C.
- nakon pečenja prekrijemo 15 min.... poslužimo toplo uz aromatziranu vodu. (I.L.)



IN MEMORIAM

Krešo Lukačić, vrsni glazbeni pedagog

Podaci pokazuju da je tijekom 30 godina kroz Orkestar prošlo više od 300 svirača koje je Krešo vodio neumornom, sigurnom i kreativnom rukom.

Na izmaku prošle godine koprivničku javnost potresla je vijest o smrti Kreše Lukačića, a posebnu tugu osjetile su generacije tamburaša iz KUD-a Podravka na koje je ovaj glazbeni pedagog godinama prenosio ljubav prema tamburaškoj glazbi. Puna tri desetljeća Krešo Lukačić je vodio Tamburaški orkestar KUD-a Podravka koji je pod njegovom dirigentskom palicom izrastao u jedan od ponajboljih amaterskih tamburaških orkestrara u zemlji. Tamburaški orkestar KUD-a Podravka je na državnim natjecanjima amaterske tamburaške glazbe “Tambura Paje Kolarića” osvojio 11 Zlatnih, dvije Srebrne i jednu Brončanu plaketu, da bi se 2002. godine na istom festivalu okitio Plaketom “dr. Josip Andrić” za najbolje odsviranu praizvedbu.

U tri desetljeća plodnog djelovanja Podravkin tamburaški orkestar održao je niz koncerata u Koprivnici i okolici dajući velik doprinos kulturnom životu grada i Podravine, a nastupajući u brojnim gradovima Hrvatske, te u Slovačkoj, Češkoj, Srbiji, Mađarskoj i Njemačkoj uspješno je promovirao i Podravku i Koprivnicu.

NOĆ MUZEJA 2014.

Noć muzeja s Podravkom

Noć muzeja prošla je iznad očekivanja, bilo je ukupno 3480 posjetitelja, što je više nego ikad.

U sklopu nacionalne akcije “Noć muzeja 2014.” u Muzeju grada Koprivnice, Galeriji Koprivnica i Galeriji naivne umjetnosti u Hlebinama održan je poseban program na temu tridesetih godina 20. stoljeća. Postavljena je izložba fotografija, stanja, objekata i arhitekture tridesetih godina, održana je izložba u povodu 10 godina Old timer kluba Biciklin, a u suradnji s udrugama rekonstruiran je život Koprivnice s početka prošlog stoljeća.

“Održano je dosta programa, postojao je stalan interes, očito je da kod ljudi postoji potreba da izađu i pogledaju ovakve sadržaje. Uspjeli smo ostvariti sve što smo planirali, najviše zahvaljujući domaćim snagama – re-

Više od 30 godina, što je svojevrsni raritet, maestro Krešo Lukačić prenosio je svoje veliko iskustvo, znanje i talent na mlade svirače te kao vrsni glazbeni pedagog u orkestru odgojio generacije i generacije svirača kojima je uz note usađivao i svoju ljubav prema tamburi i dobroj glazbi.

Pod njegovom dirigentskom palicom Orkestar je izvodio brojna djela ozbiljnih stranih i domaćih skladatelja, a na repertoaru su se našle raznovrsne skladbe, od najjednostavnijih glazbenih oblika, do vrhunske složenosti u kompozicijskoj građi. Dio tog glazbenog bogatstva sačuvan je na dva nosača zvuka. Krešin ogromni doprinos dugogodišnjem uspješnom djelovanju Tamburaškog orkestra KUD-a Podravka kao i prepoznatljivi pečat razvoju glazbene kulture u Koprivnici nikada neće otići u zaborav. (J.L.)



kao je Marijan Špoljar, ravnatelj Muzeja grada Koprivnice”.

Među te domaće snage spadaju i Podravkaši, točnije naši promotori kulinarstva koji su za brojne posjetitelje muzeja pripremili ukusne obroke te time pridonijeli dodatnoj uspješnosti ove nacionalne akcije koju je ove godine obišlo više od 350.000 posjetitelja diljem hrvatskih muzeja. (B.F.)



SKUPŠTINA KLUBA PODRAVKA VEGETA

Iz sportske udruge u sportsko dioničko društvo

Temeljni kapital iznosi 4,1 milijun kuna, tj. 41.000 dionica po 100 kuna.

U koprivničkoj Gradskoj vijećnici održana je Skupština Podravke Vegete na kojoj je predsjednik Skupštine Jorn Pedersen govorio o radu Upravnog odbora kluba od 1. rujna 2012. do 31. prosinca 2013. godine. Pri tom je istaknuo da se godinu dana rješavalo dugova iz znatno ranijeg razdoblja, dugova koji su bili izrazito visoki, više nego što iznosi godišnja uplata Grupe Podravka, jedinog sponzora kluba.

“Sretan sam da mogu reći da klub više nema dugova i može krenuti u drugu fazu preoblikovanja, a budući dioničari moći će odrediti njegovu budućnost. Podravka je uz sponzorstvo odobrila i kredit od šest milijuna kuna, što je, uz ostalo, rezultiralo time da je klub u pozitivni i prvi puta, u povijesti ikad, završio obračunsko razdoblje bez dugova.” – rekao je Pedersen te dodatno naglasio:

“Sponzorstvo se nastavlja na istoj razini, tako smo u Grupi Podravka odlučili i za 2014. godinu podržati klub, a osim toga zaključit će se trogodišnji, a ne jednogodišnji ugovor kao dosad. Isto tako otpisat će se dio kredita. Na taj način klub može poslovati bez financijskih dubioza.” Također, on je rekao da će dioničari imati pravo glasa u planovima kako treba razvijati klub te je zahvalio Gradu Koprivnici što je odlučio preuzeti dio odgovornosti u postupku preoblikovanja kluba. Odvjetnik Damir Barišić je na Skupštini podsjetio da je klub bio prisiljen na preoblikovanje, jer bi u suprotnom zbog dugova otišao u stečaj. Nakon toga učinjene su sve potrebne radnje za početak preoblikovanja i od

NK SLAVEN BELUPO

U nastavku prvenstva - poraz

NK Lokomotiva - NK Slaven Belupo 2:1

Nakon napornih zimskih priprema i prilično optimističkih izjava stručnog vodstva Slaven Belupa kako je ekipa spremna za nastavak prvenstva, nogometaši Slaven Belupa su gostovali u Zagrebu kod Lokomotive. I zaista u prvom poluvremenu utakmice pokazali da su znatno



nadležnog ministarstva odobren je elaborat. Poziv za javni upis i uplatu dionica, obrazlaže postupak pet krugova upisa, od kojih je prvi počeo 5. veljače, a računa se da bi u lipnju postupak upisa dionica bio završen. Ukoliko ne uspije upis svih 4,1 milijun kuna, novac će se vratiti upisnicima. Upisi će biti u Podravskoj banci u Koprivnici u Opatičkoj 1a i Poslovnici Green Gold u Ulici grada Vukovara 269f. Nakon upisa održat će se sjednica Skupštine koja će donijeti odluku o prestanku postojanja udruge za sport i održati skupština novog društva na kojoj će se izabrati Nadzorni odbor od sedam članova, a Nadzorni odbor izabrat će Upravu društva, koja se sastoji od jednog člana, koji je ujedno i direktor/direktorica.

Podravka pobijedila, ali Ruskinje idu dalje

U uzvratnoj utakmici osmine finala EHF Kupa Kupova rukometašice Podravka Vegete nisu uspjela nadoknadi ti šest golova razlike, koliko je bilo potrebno za prolazak u četvrtfinale finale: Podravka Vegeta - Rostov-Don 30:28 (14:15), prva utakmica pobjeda Rostova 24:19. Razlog ispadanju treba tražiti u lošim dijelovima dva prva poluvremena, i u Rostovu i u Koprivnici, previše oscilacija u igri Podravkašica. Nedostaje brzina i snaga da se odigra bolje s kvalitetnijim suparnicima.

Kalendar je sada, nažalost, pročišćen, pa će do početka 1. HRL krajem ožujka, Podravka Vegeta igrati Regionalnu ligu i utakmice hrvatskoga Kupa. (B.F.)

bolja ekipa od domaćina te i povel i pogotkom Čanadije. Također, imali su još nekoliko prigoda, ali domaći vratar Zelenika je imao i dosta sreće.

U nastavku potpuno druga slika. Nogometaši Lokomotive dominiraju terenom, a gostima ni traga ni glasa. Lošu igru Slaven Belupa domaćini kažnjavaju pogocima Pjace i Barbarića. Pred kraj susreta Slaven Belupo je mogao doći do izjednačenja da su prvo Čanadija, a zatim Delić bili malo precizniji. Udarac Čanadije završio je kraj desne vratnice, dok je udarac Delića obranio Zelenika.

U idućem kolu 16. veljače Slaven Belupo će također igrati u gostima, a domaćin će mu biti Osijek. (B.F.)

Hodaju Mujo i Haso ulicom. Zaskoči ih pljačkaš i zatraži sav novac koji imaju. Obojica brzo izvade novčanike i počnu vaditi lovu. Na to se Mujo okrene prema Hasi i pruži mu novčanicu: 'Haso, evo ti onih 100 eura koje ti dugujem...'

Peričina majka piše pismo ravnateljlu škole: 'Dragi gospodine ravnatelju, nikako ne smijete kažnjavati našeg Pericu. On je divan, nježan i slabašan. Mi ga kod kuće nikad ne tučemo, osim u samoobrani...'

Otišao Haso kod jednog lovca i kaže mu kako bi se i on htio okušati kao lovac! Kaže ovaj njemu: 'Ako hoćeš biti lovac, moraš mi nabrojati pet divljih životinja.' A Haso njemu samouvjereno kaže: 'Vuk, lisica i tri medvjeda.'

Došao čovjek kod doktora. U nosu mu je mrkva, u lijevom uhu krastavac, a u desnom banana. 'Doktore, što nije u redu sa mnom?' 'Pa, vidite, vi se nepravilno hranite.'

Pričaju Mujo i Haso: 'Poslao sam Fatu u trgovinu da mi kupi pivo i udario je auto.' 'I što ćeš sad?' 'A, imam još neke rakije koju sam dobio prošli tjedan.'

Na semaforu plavuša udari auto ispred sebe. Ljutiti vozač izlazi i viče: 'Pa jesi li ti normalna? Jesi li ti uopće polagala vozački?' 'Sigurno više puta nego ti!'

Kaže Mujo Fati: 'Ajmo si priuštiti jedan lijep vikend.' Fata: 'Može, super ti je ta ideja.' Mujo: 'Ništa onda, vidimo se u ponedjeljak.'

'Dragi, kad se pogledam u ogledalo vidim staru ženu, punu bora, na kojoj sve visi, prepunu celulita... To

me jako rastužuje. Molim te, reci mi nešto što će me razveseliti!' 'Pa, i dalje fantastično vidiš!'

Muškarci hoće samo jednu stvar i traže je od svake žene. Žene hoće sve, i to traže samo od jednog muškarca.

Profesorica pita Pericu: 'Perice, koliko znaš o Platonu?' A Perica će: 'Isto koliko i Platon o meni!'

Vozi se svećenik na biciklu i ne drži volan. Zaustavi ga policajac i kaže: 'Plati kaznu!' 'A zašto?' 'Pa ne držiš volan!' 'Pa Bog drži volan!' 'Onda plati kaznu zato što se vozite dvojica na biciklu.'

Dolazi žena kod doktora i pita: 'Doktore, koliko bih trebala biti visoka za svoju težinu?' Doktor: 'Pa, oko 4 metra.' Žena: 'Pa to i ja kažem, a svi zapeli – debela pa debela.'

Zašto plavuša baca sijeno na cestu? Hrani zebru.

Dolazi Perica kući sa utakmice i sav veseo urla: 'Jupiii, tata, dao sam dva gola!!!' 'Bravo, sine! A koji je bio konačni rezultat?' '1:1'

Pita žena muža: 'Jesi li rekao svom šefu da nas dvoje ne možemo živjeti od te tvoje bijedne plaće?' Muž odgovara: 'Jesam.' Žena: 'I, što ti je rekao?' Muž: 'Da se razvedem...'

Razgovaraju dvije susjede: 'Nadam se da ćete prodati tog vašeg psa. Moja kćerka jučer nije mogla završiti sat pjevanja jer je vaš pas užasno zavijao!' 'Oprostite, gospođo, ali vaša kćerka je prva počela!'

Dođe Haso kući i na vratima ga dočeka žena i pita ga: 'Tako, dakle! Zar se u tri ujutro dolazi kući?' 'Ma neee, samo sam došao po gitaru.'

Došao seljak na tržnicu da proda pijetla. Dolazi do njega prvi prolaznik i kaže: 'Imate dobrog pijetla, svaka čast! Penje li se na kokoši?' 'Nego što, i na kokoši, pa i na guske, patke, koze, a prije neki dan se popeo i na psa!' 'Zašto ga onda prodajete?' 'Pa, od jučer me malo čudno gleda...'

Petar	POGRDA	POVLA- CENJE	SKINUTI GRANČICE S DEBLA	SKRAĆENI BRAZIL	STVRD- NUTA VODA	ETA OD MILA	KRAJ PARTIJE LOŠEG ŠAHISTA	ARIJAN SKRAĆENI	BLIŽU, KRAJ, SKORO PORED	MALI KROKODIL IZ RIJEKE NIL	VRSTA DIVLJE ORHIDEJE	SLETJETI AVIONOM
KOMBINA- CIJA OD VIŠE PROBLEMA												
URED SEKRE- TARA												
NAPRAVITI PLOT OKO LJUDSKIH NASTAMBI												
Već VREĆ, VE,												
CERENJE, KEŠENJE, PODSMJE- HIVANJE												
NEKAD ŽIDOVSKI KRALJ												
	IVO TI- JARDOVIĆ UHVAĆITI U LAZI											
ISTOK- JUGO- ISTOK				NAČIN UMJET- NICKOG IZRAZA	JAPA I OTAC	TENISA- ČICA MIJAČIKA	TIGANJA	NEKADA- ŠNJA PERZIJA	RUBALJ KRPA		TERET PLITICE NA VAGI	
SARAJEVO			BITI STATISTOM ISPRATI									
PORTUGAL		NAKNADA ZA STAN SEVE KOJA PJEVA										NOGO- METNI KLUB IZ LIVER- POOLA
PREISPI- TIVATI SAMOG SEBE												
ZRNO BISERA						TIP VELIKOG AVIONA ANTONGV						
STARLETA KARABATIĆ												
SIRO- MAŠAK U STAROJ ATENI												
SKRAĆENA IRIKA												
RIMSKA DVICA			DIO TIJELA IZNAD VRATA									
SLOVENSKO NARODNO GLEDALIŠĆE				POLET	IZVRŠNA KINESKA TENISA- ČICA	SPREMNIK KRUMPIRA	IMOTSKI	GORNJI DIO STOPALA	SIN PRINCA VALJANTA MUŠKO IME ARNIJE			
NADARENO												ENGLESKA TINTA
ITALIA		UZBUNITI ALARMOM										
NAPAD, ATAKA		ANA ZANINOVIC					SPORTSKE NOVOSTI URUGVAJ			KUNA LJUBLJANA		
MALA USKA STAZA												

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,
Jadranka Lakuš,
Ines Lukač

LEKTURA:
Ivana Korošec Vujica

TISAK:
Printera

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



Nagradni pojam:

Ime i prezime:

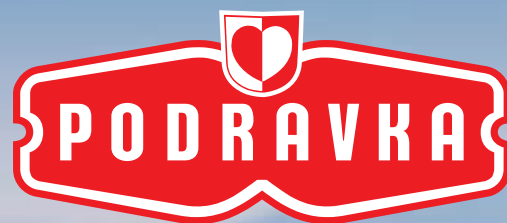
Radna cjelina:

Otkrijte novi skriveni pojam

U prvom ovogodišnjem poklon paketu Podravkinih proizvoda uživat će Miroslav Lukčin iz tvornice Kokteli. Miroslav je rješavanjem nagradne križaljke iz prošlog broja lista “Podravka” ispravno odgonetnuo sedam skrivenih pojmova, a komisija iz Korporativnih i marketinških komunikacija donijela mu je sreću u ovom nagradnom izvlačenju.

Zabavite se rješavanjem naše nove nagradne križaljke, a odgovor i tražene podatke pošaljete na priloženom kuponu na adresu List Podravka, Kolodvorska bb, s naznakom ZA NAGRADNU KRIŽALJKU. Kupone možete slati do 03. ožujka kada ćemo dobiti novog nagrađenog, čije će ime biti objavljeno u sljedećem broju lista “Podravka”. (B.F.)

Novo!



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

Od srca srcu

www.podravka.com