

PODRAVKA



Kredit EBRD-a za daljnji razvoj

Glavna skupština Podravke

"Priče o nedjeljnom kolaču" diljem HR



Novi recept za ljetno osvježanje!

*Podravka voćni čajevi
mogu se pripremati
i u hladnoj vodi,
ali i koristiti za razne
maštovite koktele.*



NAPITAK „DOUBLE ICE“

Vrijeme pripreme: 5 minuta.

- 1 filter vrećica Podravka čaja Limun i limeta
 - 200 ml vode
- 1 Dolcela Ledena fantazija vanilija
 - 200 ml mlijeka
 - 1 žlica konjaka
- prstohvat Cimet u prahu Podravka

Ledenu fantaziju pripremite tako da u hladno mlijeko dodate sadržaj vrećice i miješate električnom miješalicom da dobijete kremu. Kremu stavite u posudicu za zamrzavanje i zamrznite (4-5 sati). Filter vrećicu čaja prelijte vodom i ostavite stajati 8 minuta. Vrećicu izvadite, a čaj stavite u aparat za pripremu frappea. Dodajte kuglicu sladoleda, konjak i zajedno miksajte 1-2 minute. Dobiveni napitak odmah izlijte u čaše za posluživanje, pospite cimetom u prahu i poslužite.



Sadržaj

Kredit EBRD-a za daljnji razvoj

5. Glavna skupština



6. Podravka i dalje potiče zapošljavanje mladih
7. INTELEKTIV
8. Razgovor – Rajko Gospodnetić

Podravka na Podravskim motivima

12. Picokijada
13. Internacionali
14. “Priče o nedjeljnom kolaču” diljem Hrvatske
15. Druženje uz Dolcelu



16. Novi proizvodi
18. Organizacijska klima i zadovoljstvo poslom
21. Ljudski potencijali
22. Korporativne vrijednosti
24. Lino igraonice



29. Jelovnik, obavijesti
32. Poslovna psihologija



33. Sport

Coolinarika

26. Susret: Ivana Biluš
27. Hobi: Ljiljana Šaban
34. Feferon
35. Križaljka, impressum

Poštovane Podravkašice i Podravkaši,

brojna događanja koja su obilježila prethodno razdoblje od zadnjeg izlaska naših novina rezultirala su i povećanjem stranica u ovom broju. Definitivno glavni događaj je kredit EBRD-a Podravki u iznosu od 73,4 milijuna eura koja će sigurno pomoći u daljnjem rastu i razvoju poslovanja naše kompanije. Održana je i Glavna skupština na kojoj je također jednoglasno usvojena odluka da se prošlogodišnja dobit uloži u daljnji razvoj Podravke. Sve to ima za cilj Podravku u idućih nekoliko godina učiniti snažnom internacionalnom kompanijom i osigurati joj brži i natprosječni rast. O svemu tome na Skupštini je govorio predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić te, između ostaloga, istaknuo:

“Ova Uprava je utvrdila i dobila potporu od Nadzornog odbora za petogodišnji plan poslovanja, a u njemu smo predvidjeli organski i anorganski rast te vjerujem da ćemo već ove godine pokazati i dokazati da Podravka ima sposobnost daljnjega rasta. To nije samo naš plan i cilj, već naša nužnost. Napravili smo dosta, ali pred nama je još uvijek veliki posao s jako puno izazova ako želimo biti kompanija s iznadprosječnim rastom, a ja sam uvjeren da s timom kojega predvodim i uz podršku Nadzornog odbora to možemo realizirati.”

Tradicionalno Podravka je bila na Podravskim motivima, Picokijadi, Zlatnoj jabuki, odrađene su brojne marketinške aktivnosti, knjiga “Priče o nedjeljnom kolaču” prezentira se diljem Hrvatske, novi proizvodi na tržištu itd. Također, Podravka i njezini proizvodi predstavljeni su na dalekom Tajvanu. O svemu tome možete čitati u našim novinama, a do idućeg broja koji izlazi u rujnu, zbog kolektivnog godišnjeg odmora u kolovozu, želimo vam sve najbolje. (R)

Podravka i EBRD potpisali ugovor o kreditu vrijedan 73,4 milijuna Eura

Refinanciranjem se nastavlja s rastom i razvojem poslovanja

Ovaj kredit pokazuje vjeru međunarodnih bankarskih institucija u rast i razvoj naše kompanije kao i ostvarenje vrlo ambicioznih ciljeva

Podravka je u Londonu s Europskom bankom za obnovu i razvoj te tri komercijalne banke (Erste Group Bank AG, Raiffeisen Bank International AG i Unicredit Bank Austria AG) sklopila sindicirani ugovor o kreditiranju u iznosu od 73,4 milijuna eura. Navedenim ugovorom Podravka će refinancirati postojeće kreditne obveze uz znatno nižu kamatnu stopu te prolongirane rokove dospijeća.

Europska banka za obnovu i razvoj će kao aranžer sindikata sudjelovati s 30,0 milijuna eura vlastitih sredstava, dok će 43,4 milijuna eura doći od ostalih banaka u sindikatu – Erste Group Bank AG, Raiffeisen Bank International AG i Unicredit Bank Austria AG. Proteklih godina Podravka je ostvarila značajna poboljšanja na operativnoj i finan-

cijskoj razini što je prepoznato od Europske banke za obnovu i razvoj te banaka sindikata koje ovim ugovorom potvrđuju svoje povjerenje u stabilnost i poslovanje kompanije.

“Ovaj novi kredit pokazuje našu trajnu podršku kao dugoročnog partnera Podravke. Naša vjera u budućnost kompanije je potvrđena na tržištu kapitala.

Nova sredstva omogućit će kompaniji stabilnu poziciju na domaćem tržištu i regionalni rast kroz uspješni završetak sadašnjeg plana restrukturiranja. Naše

financiranje omogućit će okvir za Podravkin daljnji napredak i rast.”, izjavio je Phil Bennet, prvi potpredsjednik EBRD-a prilikom potpisivanja ugovora u Londonu.

“U namjeri da ojačamo našu konkurentnost na međunarodnom tržištu, ovaj aranžman će nam zasigurno biti od velike pomoći. Definirani uvjeti prema kojima će ovaj aranžman biti realiziran pokazuju vjeru međunarodnih bankarskih institucija u rast i razvoj naše kompanije kao i ostvarenje vrlo ambicioznih ciljeva”, istaknuo je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke.

Ovim aranžmanom Podravka nastavlja proces restrukturiranja s ciljem daljnjeg regionalnog i internacionalnog rasta i razvoja. Navedeni iznos bit će iskorišten za restrukturiranje kompanijske bilance te se očekuje ušteda od 7,5 milijuna kuna na troškovima kamata. Rok otplate kredita je pet godina s time da je 75 posto kredita amortizirajući dio s ravnomjernim kvartalnim otplatama glavnice, počevši od 16.11.2014. godine. Ostatak od 17,6 milijuna eura dospijeva u okviru zadnje rate. Bitno niži trošak financiranja učinit će investicijske prilike atraktivnijima te time doprinijeti i budućem rastu Podravke. (R)



ODRŽANA GLAVNA SKUPŠTINA PODRAVKE D.D.

Dioničari usvojili sve prijedloge odluka koje su Uprava i Nadzorni odbor uputili na Glavnu skupštinu

Skupština dioničara Podravke d.d. usvojila je sve prijedloge odluka koje su joj Uprava i Nadzorni odbor Podravke predložili.

Jednoglasno je usvojen prijedlog odluke o zadržavanju dobiti Podravke d.d., koja za 2013. godinu iznosi 51,4 milijuna kuna te se raspoređuje za unos u zakonske rezerve u iznosu od 2,6 milijuna kuna, za unos u rezerve za vlastite dionice u iznosu od 45,8 milijuna kuna te za unos u ostale rezerve u iznosu od 3 milijuna kuna.

Podravkaši doniraju više od 170 tisuća kuna u humanitarne svrhe

Vlastiti doprinos uplatama novca dalo je ukupno 790 radnika Podravke, Danice te Belupa i Deltis pharma

Iako se život polako, ali sigurno vraća u slavonska sela stradala u velikim poplavama, svaki oblik pomoći još uvijek je i više nego dobro došao. Svesrdnu pomoć i dalje pruža i Podravka, kompanija sa srcem, čiji zaposlenici nastavljaju pomagati poplavljenim područjima.

Nakon što je upravo Podravka među prvima pomogla slanjem hrane u ugrožena područja, organizirano je i prikupljanje odjeće, obuće te higijenskih potrepština, a humanitarnu notu imalo je i finale ovosezonskog Lino višebojca, na kojem je prikupljeno više od 1500 plišanah medvjedića za djecu s poplavljenih područja.

Svoj obol humanitarnim aktivnostima dali su i dobrovoljni darivatelji krvi Podravke pokrenuvši inicijativu prikupljanja novčane pomoći među Podravkašima. Hvalevrijednoj akciji pridružila se i Udruga volontera



Skupština dioničara usvojila je i prijedlog odluke o davanju razrješnica članovima Uprave kojom se odobrava kako su vodili Društvo u 2013. godini, a usvojen je i prijedlog odluke o davanju razrješnice članovima Nadzornog odbora kojom se odobrava njihov rad i obavljeni nadzor vođenja poslova Podravke d.d. u 2013. godini. S obzirom da je utvrđeno da članovima Nadzornog odbora Podravke Dubravku Štimcu, Dinku Novoselcu, Petru Vlaiću i Petru Miladinu aktualni mandat ističe 07. rujna 2014. godine, Skupština dioničara usvojila je prijedlog odluke o njihovom ponovnom imenovanju u Nadzorni odbor. Novopovjereni četverogodišnji mandat izabranim članovima Nadzornog odbora počinje teći 08. rujna 2014. Za obavljanje revizije financijskih izvješća Podravke d.d. kao i njezinih povezanih društva te za reviziju konsolidiranih financijskih izvješća Grupe Podravka za poslovnu 2014. godinu imenovana je ovlaštena revizorska tvrtka KPMG Croatia d.o.o. (R)



Podravke PULS, a zatim su svoj doprinos dali i ostali zaposlenici, koji su odvojili iznos u humanitarne svrhe prema vlastitim mogućnostima te na njima prihvatljiv vremenski period.

Odaziv Podravkaša sa srcem nadmašio je sva očekivanja. Vlastiti doprinos uplatama novca dalo je ukupno 790 radnika Podravke, Danice te Belupa i Deltis pharma. Već u lipnju prikupljeno je gotovo 70 tisuća kuna, a prikupljanje se nastavlja sve do lipnja iduće godine te će se ukupno prikupiti više od 170 tisuća kuna. Sav prikupljen novac biti će uplaćen Crvenom križu Hrvatska. (R)

I dalje se potiče zapošljavanje mladih

Počeo Podravkin program SHAPE za zapošljavanje pripravnika sa srednjoškolskim obrazovanjem; kompanija potpisala i povelju “Zapošljavanje mladih u regiji”

Podravka je, tijekom protekle dvije godine, kroz program zapošljavanja “SHAPE your future with a heart” omogućila stjecanje radnog iskustva za više od 60 mladih stručnjaka visokih potencijala. Po istom, uspješnom modelu, sada je pružena mogućnost pripravničkog staža i mladima sa srednjoškolskim obrazovanjem, školovanim u strukama potrebnima našoj industriji – prehrambenoj, elektro i strojarskoj. Osim toga, Podravka je podržala i regionalnu inicijativu “Zapošljavanje mladih u regiji” kojom će se kroz konkretne programe zapošljavanja mladima dati prilika za učenje kroz posao i stjecanje prvog radnog iskustva te ih se pripremiti za tržište rada.

Programom SHAPE Podravka nastoji poticati i doprinositi politici zapošljavanja mladih u izuzetno zahtjevnom gospodarskom trenutku, a ovaj put posebno je usmjerena na osobe sa srednjoškolskim obrazovanjem. Više od 200 kandidata s potrebnim kvalifikacijama prošlo je standardni selekcijski postupak, a kao polazište za zapošljavanje korištena je bogata interna baza otvore-

nih molbi zainteresiranih kandidata. Prema unaprijed utvrđenim kriterijima odabrano je 37 kandidata koji su najbolje udovoljili trenutnim uvjetima radnog mjesta pripravnika za rad u Proizvodnji. Pripravnici svoju karijeru u vodećoj prehrambenoj kompaniji započeli su graditi 9. lipnja 2014., a proći će strukturirani pripravnički program u trajanju od šest mjeseci gdje će, uz vođenje mentora, nadograditi školovanjem stečena znanja te se osposobiti za samostalan rad. Tijekom pripravničkog staža pratit će se i procjenjivati njihov rad te će pripravnički staž završiti stručnim ispitom.

Osim toga, Podravka je potpisala i povelju “Zapošljavanje mladih u regiji”, nastalu prema potrebi za uspješnom integracijom mladih ljudi od 18 do 30 godina na tržište rada. Regionalna inicijativa “Youth Employment Initiative in the Region” planirana je u trajanju od tri godine, a osim s privredom, planira se povezati i s obrazovnim sustavom.

“Važno je da i velike kompanije preuzmu dio odgovornosti te da mlade ljude što brže i efikasnije pripremimo za tržište rada. Svi zajedno možemo doprinijeti smanjenju stope nezaposlenosti mladih u Hrvatskoj i regiji, stoga smo ponosni da je i Podravka mjesto gdje će mladi nezaposleni ljudi stjecati svoje prvo radno iskustvo.”, naglasio je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke. Svojim uspješnim programom zapošljavanja SHAPE te potporom regionalnoj inicijativi zapošljavanja mladih Podravka želi pokazati kako prepoznaje problem visoke nezaposlenosti mladih te i dalje želi doprinositi njenom smanjenju, na dobrobit društva u cjelini. (R)



nosila naziv “Intelektualno vlasništvo - potencijal za kreiranje radnih mjesta”. Tijekom konferencije održana su četiri panela i tri stručne prezentacije. Raspravljalo se o značaju inovativnosti za razvoj gospodarstva i izazovima zaštite intelektualnog vlasništva, koje donosi brz razvoj tehnologije. Diana je predstavila napore i rezultate Podravke u kreiranju i očuvanju intelektualnog vlasništva (naših brandova). Velike domaće kompanije poput Podravke aktivno štite svoje robne marke, što je često izazov u brzim industrijama poput IT-a. Predstavnici gospodarstva ukazali su na granicu od 60.000 kuna za kaznenu prijavu za povredu prava intelektualnog vlasništva, a iskustvo nositelja prava pokazuje da bi ova razina trebala biti niža. (I.L.)

U tijeku je otkup pšenice

U Podravkinim silosima započeo je otkup pšenice te je do sada otkupljeno oko 4.700 tona pšenice, manje nego prošlih godina, ali s obzirom na vremenske prilike očekuje se da će se otkup produžiti. Pšenica se kupuje po cijeni 1,15 kn/kg, uz to može se dogovoriti dodatak za kvalitetu koje prema sadašnjim pokazateljima na žalost neće biti puno, a isplata otkupljene pšenice je u roku 6 do 7 dana. Vлага je na razini očekivanoga, s time da joj trenutne vremenske prilike ne idu u korist. Ne znamo kako će biti u danima koji predstoje, no

prema sadašnjim pokazateljima hektolitarska masa je manja nego prošlih godina (utjecaj vremenskih prilika i razvoja bolesti na pšenici).

“Na otkup se ne čeka dugo jer imamo dugogodišnje organizacijsko iskustvo otkupa i nije bilo pojave većih kolona s obzirom na vremenske uvjete. Ako ih bude, spremni smo dodatno reagirati kako bi se posao odradio maksimalno brzo i učinkovito.”, ističe direktor Nabave Davor Popović.

Podravka kupuje pšenicu samo za sebe i ne trguje dalje pšenicom, a s obzirom na kapacitete silosa vrši se i uslužno skladištenje za druge poslovne subjekte s kojima se taj posao dogovori. Otkup će trajati sve dok bude pšenice na ponudi s polja. (B.F.)

Središnji odbor UBIUDR Podravke

Priznanje “Junak Domovinskog rata” generalima Markaču i Gotovini

Na sjednici Središnjeg odbora UBIUDR Podravke donesena je odluka o organizaciji svečanog uručenja priznanja “Junak Domovinskog rata”, general pukovniku Anti Gotovini te general pukovniku Mladenu Markaču, za osobite zasluge stečene u Domovinskom ratu. Kao što je rečeno na odboru, svečanost uručenja priznanja održat će se 3. kolovoza u prekodravskom selu Ždala, a istoj će prema najavi prisustvovati general pukovnik Ante Gotovina te general pukovnik Mladen Markač.

Također, na sjednici je donesena odluka o organizaciji održavanja sportskih susreta u čast obilježavanja sjećanja na 18 poginulih zaposlenika Grupe Podravka u Domovinskom ratu. Susreti će se održati 19. srpnja na sportskim terenima u selu Peteranec. Tom prigodom odvijat će se natjecanja u rekreativnim sportovima, a učestvovat će ekipe sastavljene od članova udruga proi-



zašlih iz Domovinskog rata s područja Koprivničko-križevačke županije. Uz sportska natjecanja cilj sportskih susreta je i druženje.

“Ovim putem pozivam sadašnje i buduće članove UBIUDR da se uključe u rad Udruge na način da sudjeluju u sportskim susretima i ostalim aktivnostima Udruge te potaknu osobnim inicijativama i druge aspekte mogućeg djelovanja Udruge.”, izjavio je predsjednik UBIUDR Podravke Petar Kopornić. (ž.v.)

Jorn Pedersen odlazi iz Uprave

Nadzorni odbor Podravke i Jorn Pedersen sklopili su sporazum o odlasku spomenutog člana Uprave Podravke iz ove kompanije. Jorn Pedersen imenovan je članom Uprave u veljači 2012. godine dok će mu zadnji radni dan biti 18. srpnja 2014. godine. U gotovo dvije i pol godine provedene u Podravki prvotno je bio zadužen za međunarodna tržišta, a nakon toga bio je zadužen za

program dezinvestiranja. “Nakon izražene želje za radom na određenim razvojnim projektima izvan Podravke, donijeli smo odluku o sporazumnom prekidu suradnje s Jornom Pedersenom kao članom Uprave Podravke.”, izjavio je Dubravko Štimac, predsjednik Nadzornog odbora Podravke. “Nadam se da ću u budućnosti biti u prilici surađivati i s mojom dosadašnjom kompanijom na određenim, obostrano interesnim, područjima.”, istaknuo je Jorn Pedersen pri tome zahvaljujući se svima s kojima je surađivao i zaželjevši sve najbolje Upravi Podravke na čelu s predsjednikom Mršićem, kao i svim ostalim kolegama.” (R)

Podravka je jedan od najvažnijih poslovnih partnera u makedonskoj trgovini

Svi dosadašnji prodajni rezultati pokazuju da smo na pravom putu da i ove godine napravimo dobar rezultat s planiranim vrijednostima pa možda i nešto više od planiranoga

Na makedonskom tržištu Podravka je prisutna desetljećima te uživa vrlo velik ugled i imidž kod svih građana Makedonije, bez obzira na vjersku pripadnost. Podravka Makedonija je 1992. godine iz tadašnjeg predstavništva preregistrirana u tvrtku u potpunom vlasništvu Podravke Koprivnica. Makedonski potrošači znaju da je kvaliteta Podravkinih proizvoda neupitna i što je još važnije - konstantna kroz sva desetljeća prisutnosti na tržištu Makedonije tako da imamo njihovo potpuno povjerenje. Osim toga, Podravka je prepoznatljiva i kao društveno odgovorna kompanija jer se uključuje u razne humanitarne akcije što je popraćeno novinskim napisima kao i mnogim zahvalnicama. Sve to doprinosi dodanoj vjernosti koju nam makedonski potrošači ukazuju. O današnjem trenutku Podravke Makedonija prvi čovjek te tvrtke Rajko Gospodnetić kaže:

Podravska juhe, Vegeta i Lino lideri na makedonskom tržištu

“Kroz sve to vrijeme postojanja Podravke u Makedoniji tvrtka je napredovala na mnogim područjima, počevši od same organiziranosti sektora unutar tvrtke pa do uvođenja SAP-a pred nekoliko godina te kontinuirane racionalizacije poslovanja. Danas imamo 51 djelatnika, 26 u sektoru Prodaja, 2 u Marketingu, 16 u Logistici te 4 u Financijama. Ured Direktora društva ima 3 osobe. Kako smo se širili u zapošljavanje,

nju, tako isto se širio i asortiman proizvoda te danas prodajemo 250 proizvoda marke Podravka i 23 proizvoda Zvečeva. Ono po čemu je Podravka Skopje najpoznatija su Podravka juhe, Vegeta i Dječja hrana Lino te u tim kategorijama smo lideri na tržištu. Značajni smo i u kategoriji Prerađevine povrća, gdje smo lideri s graškom, kao i u kategoriji Eva riblji proizvodi.”

Kakva je gospodarska situacija u Makedoniji?

“Makedonija je mala zemlja s krhkom ekonomijom, velikim brojem nezaposlenih i malim primanjima. Inflacija je između 1 i 1,5 posto, BDP po glavi stanovnika je oko 3.600 EURA, a prosječna neto plaća je 21.000,00 MKD ili 340 EURA. Ono što najviše zabrinjava je veliki broj nezaposlenih, oko 27 posto, i tu se krije najveći problem u domeni potrošnje jer je kupovna moć

slaba i bez te velike vojske nezaposlenih.”

Na muci se poznaju junaci

Pa kako onda uspijevate ostvariti dobre poslovne rezultate?

“Mogli bi parafrazirati onu – na muci se poznaju junaci jer unatoč nepovoljnoj gospodarskoj situaciji u Makedoniji, uspijevamo ostvarivati vrlo dobre prodajne rezultate te smo tako u 2013. godini ostvarili rast od 7 posto u odnosu na 2012. godinu te istovremeno i veću bruto dobit tržišta. Konstantno radimo na kontroli i smanjenju troškova te i u tom segmentu imamo dobre rezultate. Svi ovi rezultati posljedica su nastavka zacrtane strategije koja se zasniva prvenstveno na njegovanju timskog rada s maksimalnom odgovornošću i uigranošću. U svim sektorima principi su postavljeni precizno i transparentno kao i suradnja među sektorima kako bi se sve rješavalo u najkraćem roku da se ne usporavaju radni procesi. Ovo je posebno izraženo u suradnji i koordinaciji između Prodaje i Marketinga, gdje se na dnevnoj razini dogovara i planira svaka aktivnost u cilju ostvarivanja ciljeva. Naravno da time ne želim umanjiti ulogu sektora Nabave i Financija jer kako sam naveo sektori između sebe funkcioniraju vrlo transparentno. Treba naglasiti da je prodajna operativna stimulirana prema učincima što daje jak motiv za postizanje ciljeva.”



Kakvi su poslovni trendovi u ovoj godini?

“Ono što nas posebno veseli je da se ovi pozitivni trendovi nastavljaju i u ovoj godini. Svi dosadašnji prodajni rezultati pokazuju da smo na pravom putu da i ove godine napravimo dobar rezultat sa planiranim vrijednostima pa možda i nešto više od planiranoga. Plan za ovu godinu upravo ide u tom smjeru i očekujem da ćemo, kao i do sada, ostvariti rast prihoda i planirani profit te željene kvalitativne ciljeve. Svjesni smo objektivnih okolnosti koje se neplanirano događaju na tom putu, svakodnevno ih nastojimo minorizirati i pronaći nove načine kako da ih izbjegnemo. Time želimo dati naš mali doprinos dobrom rezultatu sektora Tržišta JIE pa u konačnici i cijele kompanije.”

Uspješno rješavanje poslovnih problema outsourcing proizvodnjom

U Makedoniji se proizvode i neki proizvodi pod brandom Podravka. O čemu je riječ?

“ U Makedoniji se u outsourcingu pod brandom Podravka proizvodi nekoliko proizvoda kako za makedonsko, tako i za druga tržišta. Osim što je kvaliteta vrlo dobra, razlog toj outsourcing proizvodnji je i ulazak Hrvatske u Europsku uniju te automatsko gubljenje svih pogodnosti koje smo imali u CEFTA-i.”

Moraju se primjenjivati propisi EU, a to znači uvođenje carina i ostalih davanja što na nekim proizvodima toliko podiže cijenu da postaju naprosto nekonkurentni. Mislim da smo uspješno riješili taj problem upravo outsourcing proizvodnjom u Makedoniji i to proizvoda za kojima je velika potražnja, ne samo na ma-

kedonskom, već i ostalim tržištima JIE.

Ponosan sam na makedonske Podravkaše

Vaša očekivanja do kraja ove poslovne godine.

“Dugoročni cilj Podravke na makedonskom tržištu je biti jednim od najvažnijih poslovnih partnera trgovine u Makedoniji te sinonimom kvalitete i inovativnosti kod makedonskih potrošača. Mislim da smo na dobrom putu jer u teškoćama nastojim prepoznati izazov, kada je sve pozitivno svjestan sam da može i bolje i ne prepuštam se oduševljenju, a kako nama u prodaji svaki prvi dan novog mjeseca ili godine predstavlja novi početak, nastojim ne graditi zadovoljstvo na prošlosti. Ponosan sam na tim ljudi koje već dugi niz godina vodim i bez kojih moj optimizam ne bi bio ni izbliza takav. Moj tim i naši kolege Podravkaši u centrali su zapravo moja druga obitelj i znam da jedino zajedno možemo napredovati. Stvoriti odličan tim je pola puta ka uspjehu, a održati ga je druga polovica tog puta.” (B.F.)

Pripremljeno niz iznenađenja na 20. Podravskim motivima

Znanje o podravskoj kuhinji provjerio prvi hrvatski Celebrity Masterchef
Luka Nižetić



lja, Podravka je pripremila zanimljiva iznenađenja.

Marina Obšivač pobijedila Lukom Nižetića

Ono posebno bilo je kulinarско natjecanje s prvim hrvatskim Celebrity Masterchefom Lukom Nižetićem. Naime, osam odabranih natjecatelja iz Podravke nagrađne igre iz Zagreba, Velike Gorice, Osijeka, Zadra, Koprivnice i Sigeca natjecalo se međusobno u pripremanju podravske jela. Prema ocijeni stručnog suda u kojemu su bili Marinko Jurišić, predstavnik Hrvatskog kuharskog saveza, rukometni trener Vladimir Vujović i Davor Perković jedan od osnivača Podravske motive, naj-

spretnija je bila Marina Obšivač iz Osijeka koja se stoga imala priliku okušati u kulinarском natjecanju upravo s Celebrity Masterchefom Lukom Nižetićem. Marini je pripala ukupna pobjeda i nagrada Podravke koju joj je predala direktorica korporativnih i marketinških komunikacija Marinka Akrap. Prvi hrvatski Celebrity Masterchef, Luka Nižetić koji je poslije kulinarскоg natjecanja svojom pjesmom razgalio nekoliko tisuća posjetitelja izjavio je: “Moram priznati da sam stvarno imao jaku konkurenciju. Svi natjecatelji jako su ozbiljno prihvatili priliku da iskažu vještinu u kuhanju, a s obzirom da sam ja Dalmatinac, ovo mi je bila i odlična prilika da u sklopu kulinarскоg



natjecanja, ali i cijele manifestacije Podravske motive naučim više o podravskoj kuhinji i njenim specijalitetima.”

Promovirana knjiga “Priče o nedjeljnom kolaču”

Bogatstvo podravske kuhinje, točnije njenog slatkog dijela oduševilo je i spisateljicu Milanu Vlaović koja je bila kuma izložbe kolača na kojoj su sudjelovale 24 udruge žena iz cijele Županije.

“Nikada na jednom mjestu nisam vidjela toliko različitih, maštovitih kolača, one koje sam probala oduševili su me i okusom, a svim ženama odajem priznanje i za uređenje štandova.”, rekla je Milana Vlaović darujući svakoj udruzi po primjerak knjige “Priče o nedjeljnom kolaču” objavljene u suradnji s Podravkom i njenim profesionalnim Dolcelom timom.

Knjižica recepata “Za podravskim stolom”

Nove ideje za slastice i slasne obroke dobilo je i nekoliko tisuća posjetitelja koji su kućama ponijeli knjižicu recepata “Za podravskim stolom” predstavljene uz degustaciju jela koju je priredilo 13 restorana iz Ko-



pravičko-križevačke županije. Knjižica je nastala kao zajednički projekt Podravke i Muzeja grada Koprivnice, donosi tradicijska podravska jela spravljena na suvremeni način, a njihova degustacija izazvala je veliko zanimanje prisutnih.

Osim što su uživali u okusima pedesetak različitih jela i kolača, sudionici ove promotivne akcije pokazali su i veliko srce, pa su za pomoć obiteljima stradalima u poplavi donirali ukupno 4.445 kuna.

Velika Dolcela torta i maxi palačinka

Uz to, Podravkini promotori kulinarstva i kuhari su uz pomoć svojih kolega iz Hrvatskog kuharskog saveza na svečanom otvaranju posjetitelje počastili velikom Dolcelom slavljeničkom tortom, a subotnje prijepodne mnogima posladili s maxi palačinkom u koju je ugrađeno 1982 komada ove slastice, 40 kg Lino lade i 32 kg novih Lino džemova. Održane su i degustacije novih mesnih proizvoda, a Pivnica Kraluš je na jelovniku nudila posebne podravske specijalitete. Kao i prijašnjih godina Podravka je na Podravskim motivima organizirala i Lino igraonicu u kojoj su se brojni mališani družili s omiljenim medvjedićem. (J.L.)



Mega pileći paprikaš i najduža štrudla obilježili Picokijadu

Jedna od najvećih kulturno - tradicijskih manifestacija u Podravini, đurđevačka Picokijada, održana je uz brojne manifestacije među kojima su posebno atraktivne bile Podravkine gastronomske delicije.

Najmlađi posjetitelji manifestacije dva su dana imali prilike uživati u druženju s najpoznatijim medvjedićem Linom u njegovoj igraonici. Šareno obojani Linovi prijatelji ukasili su park pokraj glavnog đurđevačkog trga, a dječji entuzijizam i kreativnost Lino je nagradio i svojim finim proizvodima.

Oni pak nešto stariji nestrpljivo su stajali u redu kako bi probali mega pileći paprikaš koji su spremili vrijedni Podravkini promotori i njihovi kolege iz Hrvatskog kuharskog saveza. Na račun ovog jela, ali i kuhara, stizale su same pohvale, a dokaz tomu je i činjenica da je paprikaš podijeljen u svega nekoliko desetaka minuta.

[Posljednji dan Picokijade, obilježila](#)

Na Picokijadi i Podravskim motivima SHAPEovci poticali svijest potrošača

Na Podravskim motivima i Picokijadi također su bili aktivni i Podravkini pripravnici. SHAPE pripravnici su atraktivnim kvizom znanja privukli brojne posjetitelje đurđevačke Picokijade i koprivničkih Podravskih motiva na Podravkin promotivni štand, a s ciljem poticanja svijesti potrošača o domaćim prehrambenim proizvodima i proizvođačima.

Letcima posebno osmišljenima za tu priliku posjetitelje su informirali o pozitivnim učincima kupnje domaćih proizvoda kao što su poticanje razvoja kvalitete proizvoda, rast lokalnog i nacionalnog gospodarstva, otvaranje novih radnih mjesta, porast životnog standarda. Brojni sudionici sudjelovanjem u kvizu saznali su i koji Podravkini proizvodi nose oznaku Izvorno hrvatsko te kako pomoću oznake 385 na bar kodu mogu saznati je li riječ o hrvatskom proizvodu.

[Naši su vrijedni pripravnici pomno prezentirali ideju kako svaka](#)



[je stometerska savijača postavljena u Starogradoskoj ulici. Pripremljena s nadjevom od višanja, bila je odlično iznenađenje za sve ljubitelje slatkoga te je također 'nestala' u rekordnom roku.](#)

Đurđevčani i njihovi gosti uživali su u delicijama i programima koje je Podravka pripremila za njih i veselo nam poručili – vidimo se i iduće godine! (L.K.)



[pojedinačna odluka o kupnji određenog proizvoda izravno utječe na novčanu dobit tvrtke koja ga je proizvela, ali i dobit zaposlenika te kompanije i države u kojoj je proizvod napravljen.](#)

U sklopu pomno planiranog projekta poticanja svijesti potrošača o domaćim proizvodima i proizvođačima pripravnici su pripremili niz aktivnosti, a provodit će ih sustavno unutar naše kompanije i u sklopu gradskih događaja. (R)

Podravka predstavljena na Tajvanu

Na sajmu prehrane održanom na Tajvanu, Podravku su kroz poslovanje, prezentacije i kulinarstvo, predstavili Dalibor Toth, Maja Marković i Mišel Tokić. The 24th Taipei International Food Show, naziv je sajma na kojemu su predstavljeni Podravkini proizvodi iz asortimana Vegete, Juha, Dječje hrane, Dolcele te Podravkinih džemova.

Svakoga dana tijekom četverodnevno sajma u Taiwan World Trade Centru na glavnoj pozornici upriličen je Cooking show, na kojemu je Mišel Tokić pripremao hrvatska jela s Podravkinim proizvodima. U Tajvanu postoji veliki interes za mediteranskim okusima pa je tako primjerice pripremao salate, tjestene, mediteranski rižoto, rižoto s piletinom i tikvicama, ali uz dodatak standardnih azijskih začina, koji su Tajvancima prihvatljiviji. Tek mlađim generacijama prihvatljiviji su "europski" okusi.



Degustacije su bile prilika za komunikaciju s potrošačima i ispitivanje mišljenja o proizvodima i hrani pa su potencijalni potrošači iskušali jela spremljena s Podravkinim proizvodima poput Vegete, Fanta, temeljaca, krem juhe od gljiva te rajčice. Tijekom sajma posjetitelji (korporativni kupci i potrošači) pokazali su interes prvenstveno za krem juhe i instant "Fini Mini" juhe te asortiman Vegete i Dječje hrane.

U vrijeme održavanja sajma, održan je i Bussines forum na temu Tržišta centralne i jugoistočne Europe na kojemu je Maja Marković predstavila kompaniju i tržište hrane u Hrvatskoj, kao i mogućnosti investicija. (I.L.)

PODRAVKA SRBIJA

Treće Cool Vegeta druženje u Beogradu

Brojni ljubitelji gurmanskih recepta i članovi Podravkine kulinarske društvene mreže Coolinarika.com, okupili su se na tradicionalnom beogradskom "Cool Vegeta druženju".

Specijalni gost na ovom okupljanju bio je naš poznati kuhinar Nenad Gladić (Lepi Brka), koji je za ovu priliku napravio nekoliko novih recepata sa Vegetom. Ovo je bila prilika da se ljubitelji kuhanja druže i obnove prijateljstva, kao i da se degustira novi okus Vegeta marinade sa pivom. Popularni autor TV emisije "Gastronomad"



pravio je pileća krilca u novoj marinadi kao i pastu sa kakaom u paradajz umaku. Ovom trećem okupljanju Coolinarika članova u Beogradu prisustvovali su i brojni predstavnici medija koji posebno uživaju u svim "Cool druženjima". (S.K.)

PODRAVKA SLOVAČKA

Obilježen Dan državnosti u Slovačkoj

U povodu obilježavanja Dana državnosti u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Bratislavi održan je domjenak na kojemu se sada već tradicionalno predstavila i Podravka. Gosti su imali prilike isprobati neke od naših specijaliteta spremljenih s Podravkinim proizvodima prisutnima na slovačkom tržištu.

Podravkini promotori kulinarstva pobrinuli su se za ga-



stronomski užitak, a Podravka se na taj način uključila u obilježavanje ovog događaja, iznimno značajnog za cijelu Slovačku. (I.L.)

Književno-kulinarsku poslasticu “Priče o nedjeljnom kolaču” kušali posjetitelji u Osijeku, Splitu, Zadru i Zagrebu



Točno godinu dana nakon objave prvog Dolcela recepta i kolumnne Milane Vlaović “Priče o nedjeljnom kolaču”, Podravkin tim i poznata spisateljica prošlih su dana promovirali knjigu “Priče o nedjeljnom kolaču” u Osijeku, Splitu, Zadru i Zagrebu. Tako su svi posjetitelji Tisak media centra u tim gradovima imali priliku vidjeti koje to priče i recepte krije ovaj kulinarско - književni projekt. Poznate glumice Katarina Baban, Ana Gruica, Tamar Šoletić i Ines Bojanić pročitale su publici svaka u svom gradu prvu priču nakon koje su svi posjetitelji imali prilike kušati Dolceline slastice među kojima je i “Ledena fantazija” – slastica upravo iz prve Milanine priče.

U knjizi “Priče o nedjeljnom kolaču”, književnost i kulinarstvo, kao dvije različite umjetnosti, ujedinile su se zahvaljujući želji da se

nedjelje što češće provode s obiteljima i bližnjima uz zabavu, smijeh i poneku slasticu. 52 priče Milane Vlaović prate 52 Dolcela recepta slastica, prilagođena tjednu kojem pripadaju, pa tako svaka nedjelja u godini ima svoju slasticu.

“Drago mi je što sam bila dio tima koji je povezao ove dvije tako slične umjetnosti: književnost i kulinarstvo.”

Uz želju, volju i uspješnu suradnju s kreativnim Dolcela timom nije bilo teško ostvariti ideju da podijelimo doživljaj književnosti uz male slatke zalogaje te sve prisutne podsjetimo na važnost obitelji i zajedničkih trenutaka.”, izjavila je

nakon promocija Milana Vlaović.

“Knjiga osim predivnih Milaninih priča nudi mnoštvo zanimljivih Dolcela recepata, prilagođenih svakoj nedjelji u godini. Spojili smo kulinarstvo i književnost u jedan iznimno uspješan projekt, knjigu koja je idealna za sve koji će uz njenu pomoć lakše pronaći vrijeme za pripremu slastica najmilijima. Drago mi je što su posjetitelji prepoznali našu zajedničku želju da se nedjelje i posebni trenuci slave slasticama.” - izjavila je na promociji Marinka Akrap, direktorica Korporativnih i marketinških komunikacija Podravke.

I naše glumice Katarinu Baban, Anu Gruicu, Tamaru Šoletić i Ines Bojanić posebno je oduševila ideja spoja kulinarstva, književnosti i želje da svi pa i oni manje vični slastičarstvu ostvare priliku uživati u izradi slastica gotovih za manje od trideset minuta. Podravkini promotori kulinarstva posjetitelje promocije iznenadili su brojnim slasticama među kojima i “Ledenom fantazijom”; Dolcelinom slasticom iz prve Milanine priče, kako bi se svi zajedno rashladili u ove vruće ljetne dane. (R)



Druženje uz Dolcelu

Petak u znaku slastica započeo je u restoranu prehrane degustacijom novih proizvoda Cheesecake i Chococake, a Dolcelina je priča nastavljena u popodnevним satima druženjem na baru



Cheesecake i Chococake razveselili su Podravkaše u restoranu prehrane. Naime, nakon gableca je upriličen slatki predah uz nove Podravkine slastice iz Dolcela asortimana. Riječ je novim proizvodima, jednostavnim za pripremu, a opet vrlo ukusnim i osvježavajućim.

Sudeći po odazivu, Podravkašima je ovaj osvježavajući desert odlično upotpunio radni dan pa su mnogi, kupivši proizvod po promotivnoj cijeni od 10 kuna, odlučili razveseliti svoje ukućane ovim slasticama. Dolcelina je priča nastavljena druženjem na baru gdje su promotori

kulinarstva Podravkaše iznenadili slatkim delicijama koje je odlično nadopunila ledena varijanta Podravkinog čaja s okusom limuna i limete.

Osim toga, upriličena je i prodaja Podravkinih reklamnih proizvoda po popularnim cijenama.

U ponudi su se našle pregače, kuhinjske krpe, muške, ženske i dječje majice, kišobrani, olovke i privjesci, a prodaja traje do isteka zaliha. Druženju se odazvala i Milana Vlaović autorica tekstova iz Dolceline knjige pa je i “Priča o nedjeljnom kolaču”, također bila dostupna po promotivnoj cijeni.

Podravkaši su mogli upoznati Milanu koja je u posljednje vrijeme svojom prisutnošću na raznim Dolcelinim aktivnostima postala prepoznatljivo “zaštitno lice” naše slatke kuhinje. (I.L.)



Krem juhe

Nove Podravka krem juhe bogatstvo povrća posebno su razvijene za sve gurmane, ljubitelje novih okusa i dobre kuhinje. Pružaju užitak u punom, bogatom i kremastom okusu upotpunjenom biranim začinima i povrćem. Glavne karakteristike ovih novih Podravka juha su bogatstvo povrća, da su bez dodanih pojačivača okusa, aroma i bojila te su prikladne za vegetarijance.

Asortiman čine četiri juhe: Krem juha od bundeve sa sjemenkama suncokreta 72g, Krem juha od gljiva s maslinovim uljem 63g, Krem juha od brokule i cvjetače 66g i Krem juha od zelenih i bijelih šparoga 80g.



Krem juha od zelenih i bijelih šparoga

Kad se neodoljiv miris ove slasne juhe počne širiti iz kuhinje, sva vaša osjetila bit će odmah probuđena! Fine kremaste texture i punog okusa, obogaćena je komadićima bijelih i zelenih šparoga, kolutićima vlasca i prirodnim začinima, bez umjetnih pojačivača okusa i bojila. Samo naprijed, otkrijte što se krije iza njenog profinjenog mirisa - čekaju vas pravi užici u svakoj žlici!

Krem juha od gljiva s maslinovim uljem

Kada mirisnim vrganjima i šampinjonima dodate nekoliko kapi najfinijeg maslinovog ulja, dobijete kombinaciju kojoj nema ravne. Osim bogatstva gljiva i maslinovog ulja, tu su i celer, krumpir, luk te dodatak rajčice i aromatični začini za još puniji povrtni okus. Ne sadrži bojila, arome niti pojačivače okusa – tu vas čeka krema-sto savršenstvo sklada prirodno ukusnih sastojaka!

Krem juha od brokule i cvjetače

Teško je odoljeti prirodnom skladu okusa ovih srodnih povrtnica, pogotovo kad znate da juha ne sadrži umjetne pojačivače okusa, bojila niti arome. Svoj pun okus duguje bogatstvu povrća, pomno odabranim začinima i dodatku aromatičnog vlasca. Gotova je u samo nekoliko minuta, a rezultat je dvostruk gastronomski užitak - zao-kružen okus, zanimljiv izgled!



Krem juha od bundeve sa sjemenkama suncokreta

Više ne morate čekati jesen kako biste uživali u najfinijim plodovima - ovo jušno zadovoljstvo dostupno vam je tijekom svih godišnjih doba! Posebna je po nenadmašnoj krem konzistenciji i okusu fine zrele bundeve, upotpunjenom hrskavim sjemenkama suncokreta i biranim začinima. Bez umjetnih bojila, aroma i pojačivača okusa, cijelu će godinu ispuniti gastronomskim užitkom.

Popečci

Novi Podravka popečci su proizvodi koji će potrošačima omogućiti brzu i jednostavnu pripremu jela na bazi žitarica i krumpira. Ovi proizvodi su odlična osnova za nutritivno visokovrijedni obrok koji se može nadopuniti kuhanim ili pirjanim povrćem, mesom i različitim umacima i salatama.

Podravka popečci su izvor vlakana i sadrže žitarice (zob, pšenicu i kukuruz) koje je poželjno što češće uključiti u svakodnevnu prehranu, te ostale pažljivo odabrane sastojke koji doprinose okusu i teksturi jela.

Uz to, ne sadrže pojačivače okusa i bojila te su prikladni i za vegetarijance.

Priprema Podravka popečaka je vrlo jednostavna, mješavina se pomiješa s vodom i u svega 20 minuta dobit ćete ukusne popečke mekane sredine i fine hrskave korice.

Asortiman čine 4 okusa:



Popečci sa žitaricama i grahom

Kada bismo o popečcima razgovarali u brojkama, bila bi to ukusna, a jednostavna kulinarska matematika. Bez pojačivača okusa i bojila, tri vrste žitarica (pšenica, zob i kukuruz) združene su s tri vrste povrća (krumpirom, lukom i brašnom od graha) kako biste uživali u osam ukusnih, hrskavih popečaka gotovih u samo 20 minuta. Ukratko: tri žitarice plus tri vrste povrća jednako je obrok za 10!



Popečci sa žitaricama i krumpirom

Slasni popečci na bazi krumpira uz dodatak zobenih pahuljica i pšeničnih posija zadovoljit će vaše gastro-nomske potrebe, kako izgledom tako i okusom. Mnogo vlakana koje donose čini dobro vašoj probavi, a sjajan okus i savršeno hrskava korica osvojiti će i najzahtjevnije. Ne sadrže umjetne boje niti pojačivače okusa i spremni su za samo 20 minuta- iznutra i izvana, popečci su super hrana!

Popečci sa žitaricama i povrćem

Skladni okusi paprike, mrkve, češnjaka, krumpira i vlasca zaslužni su za bogat povrtni okus ovih popečaka. Za posebnu teksturu i još više vlakana tu su tri vrste žitarica, a sigurno će vas oduševiti i podatak da ne sadrže umjetne pojačivače okusa i bojila. Osim brze pripreme u samo 20 minuta, još je mnogo razloga zbog kojih su postali hit, a vjerujemo da će u mnogim kuhinjama postati i evergreen!



Popečci sa žitaricama i sjemenkama

Bacite se na pripremu bez ijednog zrna sumnje u izvrsnost ovih popečaka! Osnova krumpira i finih žitarica upotpunjena je sjemenkama lana, suncokreta i sezama za još hrskaviju teksturu i još više dobrih sastojaka. Ne sadrže umjetna bojila i pojačivače okusa, prikladni su za vegetarijance, a pričaju i kao prilog i kao glavno jelo. Sekundu po sekundu, štede vaše vrijeme: spremni su za samo 20 minuta!

Lino džem jagoda i Lino džem marelica

Dobro došli u Lino voćnu avanturu! Predstavljamo vam Lino džemove od marelice i jagode, a Lino voćna avantura započinje s prvom žlicom. Lino je za male istraživače pripremio lako mazive proizvode u omiljenim voćnim okusima.

Bogatstvo i raskoš voćnjaka okupanih suncem Lino je pretočio u najbolje što priroda može dati. Slasni i sočni plodovi stižu na vaš stol u obliku novih Lino džemova. Novi džemovi sadrže više voća u jednoj bočici nego što možete zamisliti, a uz ekstra puno voća, razveselit će i sve one koji broje kalorije. Kao stvoreni za sve one koji žele nešto voćno, slatko i zdravo!

Lino džemovi sadrže 30 posto manje šećera u odnosu na standardne džemove, ne sadrže konzervanse, umjetna bojila i arome te su lako mazivi baš kao što vole mali Lino istraživači.

Novi Lino džemovi pogodni su kao namaz na svim vrstama kruha i peciva te kao namaz za palačinke i ostale slastice.



Organizacijska klima i zadovoljstvo poslom – što ste nam rekli i što smo napravili?

Prošlo je već skoro dvije godine od kada smo ispitivali organizacijsku klimu i zadovoljstvo poslom. Htjeli smo čuti vaše mišljenje kako bismo imali glavne smjernice u planiranju aktivnosti i definiranju prioriteta u promjeni klime kompanije. Od svih područja koja smo ispitivali, definirali smo ona koja ste procijenili najnižim stupnjem zadovoljstva i krenuli s planiranjem aktivnosti. Za to je bio zadužen već poznati tim za kulturu koji je kroz par mjeseci rada na ključnim područjima definirao konkretne aktivnosti za koje smo zajednički odlučili da bi mogle imati najveći utjecaj u promjeni klime kompanije. Kako bismo pokrili sve sektore tim je postavljen iz različitih cjelina, različitih funkcija, a kroz njihov zajednički rad definirana su 4 prioriteta područja unutar kojih je predloženo 13 aktivnosti:

- **Komunikacija**
- **Međusektorsko razumijevanje**
- **Odnos s nadređenim**
- **Sustav napredovanja i nagrađivanja**

Unutar područja **KOMUNIKACIJE** definirani su redoviti sektorski sastanci, otvaranje dvostrukog komunikacijskog alata i strukturiranje komunikacije te komunikacija misije, vizije i vrijednosti. U području komunikacije vrijednosti nakon korporativne konferencije na kojoj su definirane vrijednosti i prezentirane misija i vizija, nekoliko članaka u biltenu, koje ste imali prilike pročitati, popratilo je komunikaciju vrijednosti poput: “Vrijednosti daju identitet kompa-



niji”, “Živimo li vrijednosti kompanije” te predstavljanje vrijednosti kroz zaposlenike koji su u svom radu pokazali predanost kompanijskim vrijednostima. Također, imali ste priliku vidjeti i vizuale vrijednosti izložene u baru prizemlja sedmerokatnice, ali i na sastancima u dvoranama za sastanke gdje je povremeno izloženo desetak takozvanih “pingvina” na kojima su predstavljene vrijednosti. Vjerujemo kako ste uočili i promjenu identiteta oglasnih ploča na kojima su sada predstavljene vrijednosti, misija i vizija kompanije, kao stalan podsjetnik na to kakve vrijednosti i kulturu želimo graditi u kompaniji. U Upravljanju ljudskim potencijalima koristimo nove vrijednosti kompanije u niz procesa i to prije svega kroz definiranje kompetencija koje su proizašle iz vrijednosti. Tako smo implementirali vrijednosti kroz alate 360 Zaokret, Vođenje

godišnjih razgovora te program uvođenja u posao za novozaposlene “Dobrodošli za naš stol”. Koliko nam je važno da živimo vrijednosti možemo vidjeti i kroz edukacije zaposlenika poput Leadership modula za izvršni menadžment gdje su vrijednosti produbljene na način da su direktori definirali konkretna poželjna ponašanja za svaku pojedinu vrijednost.

Vrijednosti koristimo kao podlogu za razvoj ključnih i liderskih kompetencija, koje su dio niza razvojnih alata Upravljanja ljudskim potencijalima tako da ćete ih zasigurno susretati u aktivnostima u kojima ćete sudjelovati. Nadamo se da ste iz svega toga vidjeli koje su to vrijednosti koje želimo živjeti i svjedočiti našim ponašanjima u kompaniji kod svih nas.

Na području **MEĐUSEKTORSKOG RAZUMIJEVANJA** tim je predložio implementaciju aktivnosti: češćeg uvođenja međusektorskih timova, međusobno upoznavanje sektora, procjena suradnje te Interni prijenos znanja.

Kako bismo unaprijedili klimu ove godine smo naročiti fokus stavili na područje upoznavanja sektora te interni prijenos znanja. Upoznavanje sektora je kroz prvu fazu razvoja osobito naglašen kod novih zaposlenika. Razvili smo interni e-tečaj kojim su svi sektori, njihova organizacija, područja odgovornosti i povezanost s ostalim sektorima predstavljeni kroz elektronsku formu dostupnu svim zaposlenicima koji se koriste računalom. U sklopu novo razvijenog programa uvođenja



u posao pod nazivom “Dobrodošli za naš stol”, svi novozaposleni prolaze kroz navedeni tečaj. Cilj nam je omogućiti i ostalim zaposlenicima pregled poslovanja svih sektora, ali i uvesti redovne obilaske i posjete cjelinama s kojima usko surađuju. Osobito ste dobro prihvatili naš pilot projekt iz područja internog dijeljenja znanja pokrenut u svibnju 2013. Vođen je pod motom “Znamo, dijelimo, rastemo”, a tijekom 6 mjeseci polučio je izuzetan odaziv zaposlenika, što kao predavača, što kao sudionika predavanja, radionica i ostalih oblika organiziranog prijenosa znanja. Cilj nam je bio prepoznavanje, spremanje i dijeljenje postojećeg znanja kako bi se što bolje iskoristila znanja i vještine unutar kompanije. Veliki broj predavača i polaznika pokazao je nužnost sustavne brige za dijeljenje, sakupljanje i pohranu internog znanja. A kroz pilot projekt utvrdili smo najpovoljnije metode dijeljenja znanja, specificirali koncept i potrebu baze internog znanja i motivirali zaposlenike. U sklopu projekta provodili smo različita istraživanja i inicijative, primjerice intranetski “trgovi znanja” koji zajedno sa baza znanja predstavljaju mjesto ponude i potražnje korporativnog znanja na intranetu. Oduševila nas je količina i kvaliteta internog znanja kao i nesebična spremnost dijeljenja znanja, a učenje na iskustvu drugih prikazano kao velika pomoć u vlastitom učenju kao i u smanjivanju vjerojatnosti da se ponove

iste pogreške. Imajmo na umu da je u sklopu projekta prijavljeno 106 različitih tema edukacija te 59 predavača iz svih poslovnih područja koji su motivacijskim paketom “Edukacijom po edukaciju” prilikom sudjelovanja u projektu sakupljali bodove.

U području **ODNOSA S NADREĐENIM** tim je prioritet dao trima aktivnostima, koje su realizirane ili su u procesu realizacije, a to su: uvođenje sustava godišnjih razgovora, izgradnja kultura pohvala te alat 360 za prvu i drugu liniju menadžmenta. U želji da unaprijedimo i poboljšamo učinak nas kao pojedinaca ali i kompanije u cjelini u protekloj godini provedena je prva faza uvođenja godišnjih razgovora u kojoj su bili uključeni Uprava, izvršni menadžment,

direktori službi i voditelji odjela. U toj prvoj fazi odrađeno je preko 200 samoprocjena i više od 90% sudionika u potpunosti je odradilo svoje zadatke. O važnosti i veličini ovoga procesa govori nam podatak da je postavljeno sedamstotinjak ciljeva, od kojih je tristotinjak razvojnih. Na jesen planiramo reviziju postavljenih ciljeva te mjerenje “prolaznog vremena” u realizaciji dogovorenog, a godišnje razgovore u sljedećoj godini primijeniti na veći broj zaposlenika. Svi sudionici koji su uključeni u sustav godišnjih razgovora prošli su kroz edukaciju – održano je 17 poludnevničkih radionica te po potrebi i individualnih treninga. Na taj smo način željeli osigurati razumijevanje procesa kao i kvalitetu provođenja razgovora te postavljanja ciljeva. Osim edukacija, za sudionike smo pripremili materijale – vodiče, brošure, e-tečaj te intranet portal. U suradnji sa sektorom IT internim resursima pripremljena je aplikacija, koju ćemo zajedno s procesom unapređivati i razvijati za daljnje korisnike.

Istraživanje klime nam je pokazalo da nam nedostaju pohvale za dobro odrađen posao te smo stoga kao jedan od zadataka željeli izgraditi kulturu pohvala. Taj smo zadatak dodijelili pripravnici II. generacije SHAPE-a, koji su napravili istraživanje o kulturi pohvala te predložili prijedlog sustava davanja, evaluacije i komuniciranja pohvala. Upitnik je potaknuo sve nas na promišljanje o važnosti pohvala, o tome što za nas pohvala znači te dobivamo li i koliko pohvala. Anketa je prove-





dena na uzorku od 495 ispitanika. Kako bismo što efikasnije potaknuli komunikaciju kulture pohvala u biltenu je objavljen i članak, te planiramo i ubuduće komunicirati značaj pohvala na motivaciju u kompaniji. U ovom broju pročitajte analizu rezultata upitnika. Osim toga, tim je predložio intranet stranice e-Pohvale te plakat – kojim bi se najavljivao sustav pohvala te motivirao zaposlenike da se uključe u međusobno davanje pohvala za ponašanje i rezultate koji su ostvareni. Posebni značaj u promjeni klime ima “Zaokret” – Podravkin naziv za alat 360° povratne informacije. 360° je alat koji svakom sudioniku pruža cjelovitu povratnu informaciju o sebi, načinu komuniciranja i rada iz perspektive drugih i samog sebe. Vidjeti sebe kroz oči drugih iznimno je korisno jer nam omogućava da steknemo uvid i prepoznamo koji i kakav utjecaj naši postupci i ponašanja imaju na druge. Primijenili smo alat u obliku anonimnog elektronskog, online upitnika putem kojeg se procjenjuju različita ponašanja. Procjenjivala su se ponašanja koja proizlaze iz kompanijskih ključnih i liderskih kompetencija. U “ZAOKRET” je u početnoj fazi implementacije, uključena Uprava i izvršna razina menadžmenta u ulozi ocjenjivanih. Ostali sudionici procesa tj. “procjenjivači” bili su njihovi podređeni, kolege na istoj hijerarhijskog razini i njihovi nadređeni. U prvoj fazi implementacije “ZAOKRET-a” krenuli smo od lidera, odnosno Uprave i izvršnog menadžmenta jer su oni ključni u građenju kulture koja podržava otvorenu komuni-

kaciju te jačanju kulture koja se temelji na zajedničkim i pojedinačnim snagama, kao i međusobnom podrškom za poboljšanja. Cilj nam je u sljedećoj fazi implementacije proširiti broj ocjenjivanih a samim tim i procjenjivača. Zaposlenici koji su uključeni u procjenu imali su priliku otvoreno komunicirati područja koja podržavaju u radu s nadređenim i područja koja bi htjeli prilagoditi kako bi bolje surađivali ubuduće. Osobito je korisna svim sudionicima ovog procesa bila individualna povratna informacija te smjernice za daljnji razvoj kompetencija. Vjerujemo da na ovaj način kontinuirano radimo na rastu i razvoju svih zaposlenika.

SUSTAV NAGRAĐIVANJA I NAPONOVANJA područje je na kojem i dalje intenzivno, prije svega kroz razvoj raznih sustava, od kojih su neki na sektorskoj razini uređivani kroz provizije zaposlenika ili kroz sustave stimulativnog nagrađivanja koji proširujemo iz godine u godinu. Od aktivnosti u području unapređivanja klime vjerujemo da je važno još i definiranje kompetencija i revidiranje opisa poslova, uspostavljanje programa Zaposlenik mjeseca/kvartala te uspostavljanje i nefinancijskog sustava nagrađivanja. Za unapređenje i poboljšanje klime važno je promovirati ključne i liderske kompetencije, koje su proizašle iz željenih vrijednosti kompanije. Kompetencije implementiramo kroz sustave vođenja godišnjih razgovora te sustav 360 Zaokret.

Važno nam je da svako radno

mjesto ima ažuran opis pa smo i u proteklom periodu radili i na tom području Najviše opisa pripremamo prilikom većih organizacijskih promjena u sektoru, a za sva radna mjesta revidiramo kompetencije i zahtjeve radnih mjesta. Opisi poslova se pripremaju prema aktivnostima pojedine organizacijske cjeline opisane u Pravilniku o organizaciji, a u suradnji s nadležnim direktorom sektora.

Jedna od preostalih aktivnosti iz ovog područja koju možemo istaknuti je i inicijativa Prepoznajmo izvrsne u kojoj su direktori sektora imali priliku prigodnim paketima nefinancijske prirode nagraditi zaposlenike unutar svoje cjeline, koji su dali osobit doprinos u svom području te se istaknuli njegujući i pokazujući kompanijsku vrijednost - IZVRSNOST. Dvadeset i troje zaposlenika osvojilo je priznanje i nagradu, a cilj nam je u narednom periodu nagrađivati zaposlenike i u drugim kategorijama uspješnosti u kompaniji.

U narednom periodu planiramo i dalje razvijati aktivnosti iz definiranih područja uz kontinuirano praćenje i evaluaciju te unapređenje onih aktivnosti koje nam pokazuju uspjeh i vidljive rezultate u promjeni klime kompanije. Promjene u području klime i kulture kompanije dugoročni su ciljevi, koji stvarne efekte mogu pokazati nakon dugotrajnog zalaganja svih zaposlenika koji su motivirani i predani u svojim nastojanjima da se prilagode novim zahtjevima koja se pred njih postavljaju.

Osim razvoja postojećih aktivnosti, jedan od ciljeva u narednom periodu je ponoviti istraživanje organizacijske klime i zadovoljstva poslom kako bismo utvrdili efekt promjena unutar organizacije koje su se dogdale te kakav su rezultat polučile do sada provedene aktivnosti. Želimo vam jasno dati do znanja da nam je važno čuti što mislite i da ćemo vas poslušati u onome što nam želite reći. (A.Ć.)



Ulaganje u obrazovanje i razvoj zaposlenika

Ulaganje u obrazovanje i razvoj kompetencija zaposlenika i ove je godine u uzlaznom trendu. Jedan od pokazatelja ulaganja u obrazovanje kompanije je broj sati obrazovanja po zaposleniku. Navedeni se pokazatelj često koristi za usporedbe s ostalim kompanijama, praćenje i usporedbu ulaganja u obrazovanje kompanije kroz određeni vremenski period te se može koristiti kao mjera i jedan od pokazatelja uspješnosti poslovanja kompanije.

Podravkin broj sati obrazovanja po zaposleniku je prethodne dvije godine u značajnom porastu pa je tako npr. broj sati obrazovanja po zaposleniku u 2012. godini iznosio 7,63, a u 2013. godini 12,81 sati obrazovanja po zaposleniku. U prvoj polovici ove godine nam je pokazatelj 6,13, čime smo dosegli gotovo cijelu satnicu 2011. godine.

U ovom polugodišnjem razdoblju, nakon analize i definiranja razvojnih potreba putem Internog centra procjene, otpočeo je sustavni razvoj sektora Proizvodnja u koji je uključeno 40-ak zaposlenika. Nakon prvog treninga programa koji je bio fokusiran na područje upravljanja promjenama, polaznici su razvijali svoje komunikacijske kompetencije, vještine aktivnog slušanja, liderske kompetencije, vještine davanja povratne informacije i asertivnost.

Sektor Logistika je nastavio sa svojim razvojnim ciklusom, razvijajući vještine vođenja ljudi i komunikacijskih sposobnosti, a 50-ak zaposlenika upućeno je na obuku Eko vožnje. Naime, prošle godine je 12 vozača uključeno u pilot projekt treninga Eko vožnje Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost i Oryx Grupe d.o.o. koji su tada i financirali projekt. Po završetku treninga, uz ostale zanimljive rezultate edukacije, vidljivi su rezultati i u smanjenju potrošnje goriva vozača. Temeljem dobrih pokazatelja, odlučeno je na trening Eko vožnje uputiti i ostale vozače. Novi razvojni program pokrenut je u sklopu ADM 1 mjere optimizacije i standardizacije administrativne podrške, a usmjeren je na razvoj znanja, kompetencija i vještina poslovnih tajnica. Uz razvoj kompetencija iz komunikacijskog i organizacijskog područja organiziran im je obilazak našeg Muzeja prehrane i predavanje o povijesti kompanije koje je održala Nada Matijaško, Voditelj muzeja prehrane, dok ih je s našim prodajnih asortimanom upoznala Dubravka Horvat. Pripravnici II. generacije SHAPE programa završili su planirani edukacijski program čiji je razvoj fokusiran na komunikacijske vještine, prezentacijske tehnike i proaktivnost. Njihovi mentori su također prošli

treninge kojim su razvijali mentorske vještine i alate te su kroz temu “Karakteristike Y generacije” imali priliku spoznati značajne razlike u načinu komuniciranja, mentoriranju, razumijevanju i motiviranosti između generacija pripravnika i mentora.

Management Tržišta RH nastavilo je s kontinuiranim razvojem s temom “Upravljanje promjenama” a Tržište Slovenije temom “Timskim radom i učinkovitom komunikacijom do željenih rezultata”. Značaj organizacijske kulture i kompanijskih vrijednosti izvršni management je produbljivao u sklopu III. modula Leadership programa, osvještavajući i razrađujući svoj doprinos i ulogu u razvoju željene kulture i procesu implementacije vrijednosti Podravke. Za nove zaposlenike Tržišta J1 Europe organiziran je program kojim su se upoznali s kompanijom, proizvodnim linijama, asortimanom i prodajnim standardima kompanije. Upućivanje zaposlenika na stručno specijalistička obrazovanja, mogućnost učenja stranih jezika i informatičkih znanja, uz prethodno navedene razvojne programe, jasno pokazuje kako Podravka troškove obrazovanja vidi kao ulaganje, a ne kao trošak, čime dugoročno utječe na kompetentnost zaposlenika i gradi konkurentnu prednost. (T.J.)



Pripravnički program SHAPE /Zadatak: Kultura pohvala

Rezultati ankete o “kulturi pohvala”

Zaposlenici podržavaju kulturu pohvala i očekuju pohvalu za posao koji je obavljen na vrijeme, dobro i kvalitetno, s rezultatima iznad očekivanja. Pohvalimo naše najveće bogatstvo – zaposlenike.

U prethodnom broju, tim pripravnika čiji je zadatak osmisлити aktivnosti kojima ćemo u kompaniji razvijati kulturu pohvala, pripremio je uvodni članak o značaju pohvale za zaposlenike i kompaniju. Kao dio zadatka proveli su anketu kojom su vas pitali za stavove i razmišljanja o kulturi pohvala. Evo što nam govore rezultati.



Uzorak

Anketa je provedena u gotovo svim sektorima na uzorku od 495 ispitanika, od kojih je 51% ženskog, a 49% muškog spola.

Dobna struktura ispitanika klasificirala se kroz desetogodišnja razdoblja pa je od ukupnog broja ispitanika njih 11% u skupini do 30 godina, 24% se nalazi u dobnoj skupini od 31 do 40 godina, 44% od 41 do 50 godina te 21% od 51 do 60 godina.

Obrazovna struktura ispitanika izgleda ovako: OŠ 6%, SSS 49%, VŠS i VSS 42% te MR i DR 3%.

Rezultati

Zanimalo nas je kakav utjecaj imaju pohvale na zadovoljstvo radnim mjestom u našoj kompaniji. 10% ispitanika smatra da pohvale nemaju nikakav utjecaj, 8% smatra da imaju slab, dok preostalih 82% smatra da pohvala ima srednji, visoki te vrlo visoki utjecaj na zadovoljstvo



radnim mjestom.

Također nas je zanimalo kada su naši zaposlenici zadnji puta dobili pohvalu i zbog čega. 10% ispitanika nikada nije dobilo pohvalu, dok se njih 44% ne sjeća kada su zadnji puta dobili pohvalu. 8% njih je pohvalu zadnji puta dobilo prije 6 mjeseci, a 9% u zadnjih 2 mjeseca. Čak 29% ispitanika pohvalu je dobilo u zadnjih nekoliko tjedana.

Najčešći razlog za dobivanje pohvala ispitanika bio je za kvalitetno obavljen posao (47%), za brzo obavljen posao (23%), za posao u kojem su se iskazali više nego što se to od njih očekivalo (11%), dok je njih 4% dobilo pohvalu za davno obavljen posao.



Važno je bilo spoznati kako bi pohvala utjecala na svakodnevno obavljanje posla naših zaposlenika. Ispitanici su zaključili da bi pohvale potaknule: veću motiviranost (20%), veće zadovoljstvo (19%), osjećaj da se njihov rad cijeni (16%), veće samopouzdanje (13%), osjećaj pripadnosti (9%), više bi se trudili (7%), veći doprinos kompaniji (6%) i veću lojalnost (4%), dok se samo 3% odgovora odnosilo na to da pohvale nemaju nikakav utjecaj na obavljanje svakodnevnog posla. Mislite li da Vaši kolege cijene Vaš rad? 6% ispitanika smatra kako kolege ne cijene njihov rad, 19% smatra da malo cijene, a čak 44%

misli da niti cijene niti ne cijene. 28% smatra da kolege njihov rad cijene puno, dok samo 2% smatra da kolege njihov rad iznimno cijene.

Budući da svi očekujemo pohvalu,



pitali smo se tko treba tu pohvalu uputiti. Zbog toga smo naše zaposlenike upitali pohvaljuju li oni druge za dobro obavljen posao. 1% ispitanika nikada ne pohvali druge, a 15% njih nema tu naviku, ali ponekad pohvale. 39% pohvaljuje uvijek, 37% njih pohvaljuje kolege s kojima su češće u kontaktu, a 8% ih se trudi pohvaliti svaki dobro obavljen posao.

Prema mišljenju ispitanika dati pohvalu je: važno (53%), jako važno (37%), niti važno, niti nevažno (6%), a samo 4% njih smatra da je to nevažno, odnosno malo važno. Na pitanje postoji li u Podravki kultura pohvala 61% ispitanika je odgovorilo da ne postoji, 33% da možda postoji, dok samo 6% smatra da postoji.

Na otvoreno pitanje zašto bi ispitanici željeli dobiti pohvalu dobili smo sljedeće odgovore: najviše se očekuje pohvala za dobro i kvalitetno obavljen posao, za posao koji je obavljen na vrijeme, za sav uloženi trud, zalaganje, marljivost, inovativnost i kreativnost te za doprinos kompaniji. 10% ispitanika pohvalu veže samo uz materijalnu nagradu. Zanimljivo je da 19% ispitanika smatra da pohvale nemaju nikakav ili imaju slab utjecaj na zadovoljstvo na radnom mjestu, s time da 40%

njih čine SSS ispitanici muškog spola između 41 i 50 godina. Najčešće pohvaljivani ispitanici su oni VŠS ili VSS stručne spreme, a najmanje osnovnoškolske stručne spreme. Najvažnije pitanje upućeno ispitanicima bilo je bi li oni podržali uvođenje kulture pohvala u našoj



kompaniji na što je 93% njih odgovorilo potvrdno.

Kriteriji davanja pohvala – korporativne vrijednosti
Pisani odgovori ispitanika na otvoreno pitanje kada i zašto očekuju pohvalu daju kriterije na temelju kojih se može razlučiti koga bi trebalo pohvaliti i zašto. Svi odgovori ispitanika mogu se kategorizirati i uskladiti s našim korporativnim vrijednostima stoga su Izvrsnost, Strast, Povjerenje, Zadovoljstvo potrošača i Kreativnost razlozi i argumenti da se nekog pohvali.

Što dalje?

Ovakvi rezultati ankete pokazuju da je zadatak koji smo dobili opravdan te je uvođenje sustavne i formalne kulture pohvale potrebno. Posebno nas veseli podrška od 93% ispitanika te njihova mišljenja i prijedlozi viđenja kako bi kultura pohvala trebala izgledati. Kultura pohvala, odnosno svaka pohvala, bi trebala biti javna i transparenta. Svatko bi trebao biti u mogućnosti vidjeti pohvale koje su dane zaposlenicima te razloge zašto su pohvale upućene. Pohvala mora biti iskrena i od srca,

često djeluje motivirajuće i podiže samopouzdanje, ali je i potvrda da se posao radi upravo onako kako se očekuje od zaposlenika. Zaposlenicima kompanije bi trebalo biti omogućeno da se mogu među-



sobno pohvaliti čime bi se moglo pridonijeti većem uvažavanju kolega, a takvim javnim pohvalama komuniciraju se pozitivni modeli ponašanja koji u konačnici postaju primjer i smjernica svim zaposlenicima.

Sljedeći korak našeg zadatka je definiranje kriterija za davanje pohvala u suradnji s Upravljanjem ljudskim potencijalima, izrada modela davanja pohvale kojim će svi zaposlenici moći u elektroničkoj ili papirnatoformi dati i primiti pohvalu. O nastavku našeg zadatka obavijestiti ćemo vas naravno u nekom sljedećem broju.

(Članovi tima “Kultura pohvala”: Nikola Hlevnjak, Marin Čosić)



Lino se igrao s djecom iz Gunje i Rajevog sela

Medvjedić Lino nikada ne zaboravlja svoje prijatelje pa je tako odlučio razveseliti i djecu koja su zbog poplava morala napustiti svoje domove. U Otoku i Cerni gdje su mališani privremeno bili smješteni, organizirao je Lino igraonice i u suradnji s Društvom naša djeca Koprivnica priredio lutkarsku predstavu. Bilo je to prvo takvo događanje za djecu iz Gunje i Rajevog sela i izazvalo je ogromno uzbuđenje. Medvjedića su svi željeli dodirnuti, mnogi su mu sjeli

u krilo, a sve je preplavila ogromna radost kad je Lino dovukao vreće sa stotinama plišanih medvjedića koje su djeca iz cijele Hrvatske darivala na finalu Lino višebojca u Novskoj. Tada je prikupljeno više od 1500 medvjedića i nekoliko stotina slikovnica, knjiga i kompleta društvenih igara, dio je odmah otpremljen u županjski Crveni križ, a dio je Lino osobno donio djeci. Članovi Podravkine volonterske udruge PULS usto su djeci darivali Čokolino kojeg su u humanitarnoj akciji prikupili zaposlenici Podravke. Podravkina akcija za djecu u čijoj su realizaciji pomogli osnovna škola Otok, Hrvatske šume, te DND Vinkovci, dobila je pohvale volontera koji danima brižno skrbe za stanovnike iz poplavljenih sela. A djeca su rekla dodite nam ponovno. (J.L.)

Dan zdravlja, rekreacije i zdrave prehrane u Lipiku

Drugi po redu Dan zdravlja, rekreacije i zdrave prehrane održan je u lipičkoj aleji kestena, a po drugi puta na manifestaciji je svoje proizvode iz segmenta zdrave hrane predstavila i Podravka.

Ovoga puta Podravka je za sve posjetitelje i rekreativce pripremila degustaciju Provita i Lino žitarica te Provita instant napitka s okusom ananasa i mandarine. Osim toga, na izložbenom štandu svoje su mjesto pronašli i novi proizvodi poput popečaka, krem juha, temeljaca



te uvin čaja. Posjetitelji su uživali u lijepom vremenu i zdravoj hrani, a imali su prilike i okušati se u nekom od čak 13 sportova, od tenisa, badmintona, odbojke, viseće kuglane do trčanja, a upravo se Podravka svojom Studena izvorskom vodom pobrinula za osvježanje umornih natjecatelja. (L.K.)

Vesele lipanjske Lino igraonice

Lino medvjedić i tijekom lipnja vrijedno je obilazio gradove diljem Hrvatske i družio se sa svojim malim prijateljima. Tako su održane Lino igraonice u Koprivnici, Zagrebu i Splitu, uz obilje smijeha i dobre zabave. Posebno veselo bilo je u igraonicama u Koprivnici i Splitu gdje su se najmlađi Linovi obožavatelji sami mogli okušati u kuhanju.

Uz svesrdnu pomoć Podravkinih promotora kulinarstva, vrijedne male ručice pripremale su sendviče i kanapee s tunom i paštetama, a desert su bile jednostavne slastice pripremljene naravno s Lino ladom, pillowsima i novim Lino džemovima za djecu od marelice i jagode. Osim toga, zasladili su se i novim jako dobrim proizvodom, Lino drinkom s okusom jagode. Osim najfinijih proizvoda, u Linovoj igraonici se našlo i šareno obojanih crteža Lina i njegovih najboljih prija-



telja te raznih igara u kojima su uživali čak i oni nešto stariji.

Kažu da vrijeme leti dok se zabavljaš pa je tako brzo proletjelo i vrijeme provedeno u najzabavnijoj dječjoj igraonici. Lino će još nekoliko igraonica održati u srpnju, a onda odlazi na zasluženi odmor sve do jeseni, kad će za djecu pripremiti nove avanture. (L.K.)

Deveti Dan povrća

Svake godine početkom srpnja glavni koprivnički trg poprimi boje i mirise svježeg povrća na tradicionalnom Danu povrća. I ovogodišnja, deveta po redu manifestacija okupila je velik broj proizvođača koji su svoje povrće i preradevine od povrća izložili na prodajnim štandovima smještenim uz gradski park te privukli veliki broj prolaznika i kupaca. Svoje mjesto i ove godine pronašla je i Podravka, na čijem se izložbenom štandu moglo pogledati ukiseljeno i konzervirano povrće te uzeti svoj uzorak novih proizvoda, leće i slanutka.

Osim izložbe na trgu, Dan povrća obuhvatio je i stručni skup koji je u Pučkom otvorenom učilištu okupio stručnjake s područja povrtlarstva koji su okupljenima govorili o problemima i preprekama s kojima se proizvođači povrća danas susreću, a među predavačima bio



je i Podravkin stručnjak Zdravko Matotan, koji je održao predavanje na temu “Stres kao uzročnik fizioloških poremetnji u razvoju plodovitog povrća.” Nakon održanih predavanja, podijeljena su i priznanja za najljepše uređene izložbene štandove, a ove godine nagrade su otišle u ruke Marija Santora, vlasnika obrta Ciklama iz Koprivničkog Ivanca, OPG-a Ivice Mihaljevića te OPG-a Matije Erhatici iz Prugovca. (L.K.)

Američki piknik za Dan nezavisnosti

Kao pravi prijatelj djece Lino se pridružio mališanima koji su u Zagrebu s roditeljima slavili američki Dan nezavisnosti. Svoju igraonicu priredio je u sklopu Independence Day Picnica, održanog 28. lipnja na prostoru jezera Bundek u organizaciji Američke gospodarske komore u Hrvatskoj. Lino se igrao s djevojčicama i dječacima, podijelio im novitete iz svog programa, a kao posebnog gosta doveo im promotora kulinarstva Marka Perasa kako bi ih podučio spravljanju jednostavnih jela za djecu. Uz Markovu pomoć djeca su priredila sendviče s Podravka paštetama i šunkom te pladnjeve sa slasticama, a sve što



su napravili u slast su i pojeli. Roditelji su pak uživali u raznovrsnim sadržajima koje su priredile hrvatske tvrtke koje posluju na američkom tržištu, a najsretnijima su pripale i nagrade sponzora. (J.L.)

10. “Zlatna jabuka”

U organizaciji Udruge kuhara i slastičara Vukovarsko-srijemske županije i pod generalnim pokroviteljstvom Podravke u Vinkovcima je održana jubilara 10. “Zlatna jabuka”, natjecanje hrvatskih kuhara na kojemu je pobijedio Dino Bebić iz Zagreba. Uz profesionalne kuhare, natjecali su se i učenici Srednje strukovne škole Vinkovci na koje je predsjednik Udruge kuhara i slastičara Jozo Gale posebno ponosan te ističe:

“Naše mlade snage rame uz rame borile su se sa svojim starijim kolegama i tako su Ana Šinjori i Ksenija Sabo osvojile treće mjesto. Ujedno, ovom prilikom zahvalio bih se našoj Podravki koja svih ovih deset godina je



nezaobilazan partner naših natjecanja i druženja.” Osim natjecanja, vrijedni organizatori su proveli i humanitarnu akciju “Pomognimo djeci s DOWN sindromom – uljepšajmo im djetinjstvo” te su tom prigodom prikupili 11 tisuća kuna za nabavku senzoričke didaktičke opreme. (B.F.)

Velika majstorica malih tajni kuhinje

Ivanka Biluš, umirovljenica



Još je engleski dramatičar Bernard Shaw tvrdio da nema iskrenije ljubavi nego što je ljubav prema jelu. Zaista, ljudi su podijeljeni na one koji žive da bi jeli, jedu da bi živjeli i one posebne koji hranu doživljavaju kao umjetnost. Upravo u ove potonje spada Ivanka Biluš, dugogodišnja direktorica Podravkinog Kulinarskog centra koja i nakon što je u mirovini ne miruje. Posao koji je obilježio njezinu cijelu profesionalnu karijeru – kulinarstvo i hrana, i dan-danas je prisutan u njezinim umirovljeničkim danima, pa je, između ostaloga, zajedno s Božicom Brkan izdala odličnu knjigu “Meditranska kuhinja”. Tijekom karijere Ivanka je izdala 12-ak knjiga recepata, od “Domaćih kolača” do kultne gastronomske knjige “Hrvatska za stolom”.

Podravka je uvijek bila topla kulinarska institucija

“Bavim se hranom i prehranom mnogo godina jer hrana me je zani-

mala kao umjetnost, kao temeljni faktor, činitelj življenja. Budući da sam u početku moje karijere radila u Centru za ekonomiku domaćinstva koji je bio osnovan sa svrhom da bude most između potrošača i proizvođača, na tom sam se području najviše angažirala pokušavajući povezati industriju, individualno, zajedničko kućanstvo te kako industrijske proizvode aplicirati u normalnu prehranu.”

Upravo takvo nešto vam se pružilo kada ste počeli raditi u Podravki. “Za Podravku se uvijek govorilo da je ona jedna topla kulinarska institucija koja povezuje tradiciju i budućnost te da se uvijek mora prilagođavati zahtjevima tržišta. Kao što sve drugo evoluiralo, tako se događa i s prehrambenim navikama, iako se one najteže mijenjaju. Ljudima koji su navikli klasično pripremati hranu bilo je teško objasniti da su dobili jedan industrijski proizvod te se ne bi morali toliko mučiti, a Podravka je uvijek ostavljala manevarskog, kreativnog prostora i mogućnosti svakom potrošaču da on jelo može dodati nešto svoje. Podravka je uvijek bila drugačija. Imala je dobar marketing, dok u drugih on nije bio ni u povoju i Podravkaši su znali što znači upustiti se u pustolovinu proizvodnje hrane na našim prostorima.”

“Male tajne velikih majstora kuhinje” bio je najdugovječniji televizijski serijal u Hrvatskoj

Da je Podravka imala dobar marketing, posebice gastro marketing najbolje dokazuje izuzetno popularan serijal “Male tajne velikih majstora kuhinje” u kojem ste vi prisutni

gotovo od samoga početka.

Što je taj serijal općenito značio za Podravku? “Kao što znate najpoznatija Podravkina marka Vegeta nastala je gotovo prije 60 godina, a danas je sinonim za cijelu kategoriju univerzalnih dodataka jelima. Vegeta je u medijima prisutna i komunicira s potrošačima još od 1974. godine kada je započelo emitiranje kulinarskog tv showa “Male tajne velikih majstora kuhinje”. Emisija “Male tajne velikih majstora kuhinje” bila je početak marketinške komunikacije Vegete kojom se potrošače educiralo kako žlicom Vegete mogu pripremiti bogato i ukusno jelo. Emisija se u kontinuitetu pune 24 godine emitirala četvrtkom prije Dnevnika na prvom programu HTV-a. Bio je to jedan od najdugovječnijih televizijskih serijala u Hrvatskoj i predstavljao je svojevrsnu televizijsku inovaciju i revoluciju, budući da je bio jedinstven u to vrijeme, baš kao i Vegeta, a pripremljeno je bilo više od 1000 recepata.

U emisiji su gostovali brojni poznati gosti, a iako se koncept emisije iz godine u godinu mijenjao, zadržao je svoju prepoznatljivost. Zaista imam divna iskustva snimajući diljem Lijepe naše i inozemstva emisije, iako ih je najviše snimljeno u Podravkinom zagrebačkom Kulinarskom centru. Kod svega ovoga mora biti ugrađena ljubav, dakle treba voljeti svoj posao jer onaj čovjek koji ne voli kuhati i koji nije kreativan, nikada neće moći napraviti dobro jelo. On će napraviti nešto za pojesti, ali neće biti utkana ljubav. Onaj tko na pripremanje hrane gleda na kreativan način i s ljubavlju, to se osjeti.” (B.F.)

Život na poljoprivrednom gospodarstvu

Ljiljana Šaban, poslovna tajnica

Neke od kvaliteta koje opisuju dobru poslovnu tajnicu su komunikativnost, fleksibilnost, odlučnost, snalažljivost, taktičnost... Ljiljana Šaban poslovna je tajnica posljednjih 20 godina u Podravki. No, osim što smo kod nje pronašli sve te vrline, nakon završenih poslovnih obaveza, Ljiljana ima sasvim drugačije interese:

– Svako poslijepodne i vikende provodim u radovima na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i ribnjacima. Naime, još 90-ih godina na močvarnom tlu u Prnjavoru suprug je izgradio dva ribnjaka koji su danas u funkciji i prepuni šarana, amura, patuljana, tostolobika pa čak se zna naći i pastrve. To dovoljno govori o kvaliteti i čistoći vode, jer se ribnjaci pune protočnom vodom iz potoka. Kako je došlo do izmjena u pravilnicima o akvakulturi više nije moguće

izlov ribe prema ranijim kriterijima pa obitelj Šaban uglavnom koristi ribu samo za vlastite potrebe, a Ljiljana se snašla i sa štapovima za pecanje, tako da ručak nikad nije problem.

– Na ribnjacima obitava i stado od 30 ovaca koje pasu travnjak, a već nekoliko godina zaredom dolazi par divljih pataka. Uz to imamo i svinje, a brinem i o psima, mačkama i papigama. Također obrađujemo zemlju, jer sadimo kukuruz i zob, a uzgajam i vlastiti povrtnjak. U konačnici, svi mi živimo prvenstveno od poljoprivrede. Radni dan mi praktički počinje u 5 ujutro i završava drugi dan iza ponoći. Uz sve to, Ljiljana uživa u kuhanju, pečenju kolača i cvijeću, jer kako kaže, to su aktivnosti koje je opuštaju, budući da je još u djetinjstvu vrijeme voljela provoditi u bakinoj kuhinji. Njezina kulinarska umijeća

svakodnevno cijene suprug i sin, koji iako jedanaestogodišnjak, već sada puno pomaže. Ljiljanina je obitelj organizirala i vlastitu humanitarnu akciju za pomoć ljudima u poplavljenim područjima:

– Odlučili smo donirati vlastite bale sijena za stoku te smo organizirali u općini Sokolovac prikupljanje pomoći i naišli na pozitivan odaziv svih ljudi koje smo tražili pomoć. Sijeno za stoku dostavljeno je u Poljoprivredni kombinat u Obrenovcu te u Gradište kraj Županje. Još se jednom pokazalo da je najvažnija ona jedna ljudska strana... jer i moj je moto da ako gledaš što bi mogao imati i previše kalkuliraš, na kraju nećeš imati ništa. Ne radimo iz interesa, jer novac je samo sredstvo za preživljavanje i sve radimo iz ljubavi, poručila je Ljiljana na kraju razgovora. (I.L.)



POSEBNA PONUDA ZA DJELATNIKE PODRAVKE

Osiguranje vozila:



Osiguranje kuće i stvari kućanstva:



Izvor osiguranje

Molken Marja, savjetnik u prodaji
T. 948/617 868
995 9106 283

MODA Marina

POPUST

od 30% do 50% dio asortimana **NIKE** tenisice

50% dio asortimana **LISCA**

od 20% do 50% dio asortimana **s.Oliver**

30% dio asortimana **lotto** tenisice

50% tenisice **PUMA**

30% dio asortimana **rieker**

Ženske sandale 50% dio asortimana

Linea 50% ženska konfekcija

Opatička bb, Koprivnica, mob. 091/1644-003
Ulica bana J. Jelačića 3, Križevci, mob. 091/1644-005

Jelovnik za srpanj 2014. godine

21. 07. 2014. ponedjeljak
22. 07. 2014. utorak
23. 07. 2014. srijeda
24. 07. 2014. četvrtak
25. 07. 2014. petak

Varivo grah podravski, hamburger, salata
Svinjetina u saftu, tijesto, salata
Pečena puretina, pirjano povrće, salata
Mađarski gulaš, desert
Punjena paprika, pire krumpir, desert

28. 07. 2014. ponedjeljak
29. 07. 2014. utorak
30. 07. 2014. srijeda
31. 07. 2014. četvrtak
01. 08. 2014. petak

Varivo grah s ječmenom kašom, rolana lopatica, salata
Umak bologneze, tijesto špageti, salata
Pečena svinjetina, krumpir na seljački
Pureći paprikaš, riža, salata
Pohani oslić, kelj na lešo, salata

Novi site podravka.hr

Svoj cjelokupni asortiman koji uključuje preko 500 proizvoda Podravka je predstavila na novom siteu u skladu s upitima koje je dobivala od svojih potrošača na web stranici i potrošačkom telefonu. Svi proizvodi predstavljeni su novim tekstovima, fotografijama, izdvojenim sastojcima i nutritivnim vrijednostima, povezani s receptima u kojima se koriste, kao i inspirativnim temama. Broj kombinacija neiscrpan je i ovisi samo o mašti i potrebama. Iako se brojnim sadržajima obraća prvenstveno potrošačima, novi podravka.hr ima detaljno razrađen dio namijenjen poslovnim posjetiteljima - onima koji žele saznati više o kompaniji, istraživanju i razvoju, odgovornom poslovanju ili odnosu Podravke prema sadašnjim i budućim zaposlenicima. Na jednom

mjestu medijima stranica pravovremeno nudi sve važne vijesti i priopćenja, fotografije i publikacije. Studentima, pripravnici i budućim zaposlenicima omogućuje da pogledaju kako je to raditi u Podravki te se odmah mogu prijaviti, dok analitičarima i investitorima nudi strukturirane i ažurne podatke i izvješća. Svim posjetiteljima omogućuje upoznavanje svih tržišta Podravke, Upravu, te procese i okruženje u kojima kompanija stvara svoje proizvode. Sve informacije prezentirane su na jednostavan i pregledan način, bez suvišnih informacija ili dugih tekstova, a kao pomoć razumijevanju informacija iskorištene su atraktivne infografike i animacije. Razumijevajući navike posjetitelja koji sve više koriste mobilne uređaje, kompletan site napravljen je u Responsive Web Design tehnologiji čime je omogućena potpuna prilagodba sadržaja uređaju na kojem se pregledava, bez obzira radi li se o smartphoney ili računalnom monitoru. (R)

Ljetna akcija za Podravkaše!!!



● Omišalj - depadanse Primorka
Uz samo more



● Crikvenica - hotel Omorika
150 m od pješčane i šljunčane plaže



● Novi Vinodolski - hotel Lišan
Uz samo more



● Sv. Filip i Jakov - hotel Alba
Svega 100 m od mora



● Trogir - hotel Medena
150 m od plaže pogodne za djecu

Cijene uključuju 7 polupansiona po osobi u terminu 02.08 - 17.08. - **plaćanje na rate**
O našoj detaljnijoj ponudi informirajte se na **048/622-153**

IDEJE POKREĆU SRCE. Srce pokreće sve ostalo...

Naše temeljne vrijednosti su kreativnost, povjerenje, strast, zadovoljstvo potrošača i izvrsnost! To su vrijednosti kojima se vodimo već 80 godina i na preko 40 tržišta.

KOLIKO JE VAŽNA SADRŽAJNA

Ljetno osvježanje u bijelom

Osim kao namaz na palačinkama, Lino ladu milk možete koristiti i za razne druge namjene. Budite kreativni, a inspiraciju potražite u našim prijedlozima.



Palačinke se u raznim inačicama jedu diljem svijeta, no jedno im je posvuda isto – jedu se s posebnim oduševljenjem.

Ovisno o regiji, palačinka se jede u različita doba dana kao predjelo, desert ili glavno jelo, dok se njena debljina, sam način pripreme i nadjevi koji mogu biti slani i slatki razlikuju od sira, mesa, džemova, čokoladnih namaza, do voća i dr.

Nama su naročito drage slatke verzije. I to one u kojima se kao namaz koristi Lino lada. Da uživancija u palačinkama ne bi ostala samo na jednom sloju, napravite i tortu od palačinki. Želite li u potpunosti uživati u mliječnom okusu Lino lade milk, tanko premažite svaku

palačinku. Inače možete naizmjenice svaku drugu premazati Lino ladom nougat.

Sveomiljena Lino lada milk jedinstven je proizvod. Naime, jedini je bijeli namaz na tržištu, stoga ne čudi njena popularnost. Osim kao namaz na palačinkama, Lino ladu milk možete koristiti i za razne druge namjene. Među jednostavnijim primjenama je i samo kao premaz preko muffina. Ispecite muffine, prerežite po dužini, namažite Lino ladom milk i vratite kapice na muffine. Kao kremu možete ju upotrijebiti i za bilo koji pečeni biskvit.

Kad se već igramo s muffinima, uz malo mašte i dobre volje možete ih pretvoriti u vrhunske kolače.

Isprobajte učinak bijele Lino lade u tamnim muffinima. Prava dekorativna poslastica koju ćete rado pokazivati na svom stolu, pa možda čak i nositi kao poklon!

Svestrana Lino lada milk ne zaustavlja se u svojim primjenama. Otiđite i vi korak dalje i pripremite fondu umak koji će vam poslužiti za umakanje sezonskog voća ili možda fritula.

Za vrijeme ljetnih vrućina dobrošlicom ćete pozdraviti i milkshake. Sladoled, hladno mlijeko, vanilin šećer upotpunite Lino ladom milk i dobro promiješajte u električnoj miješalici. Ulijte u čaše i poslužite odmah. Milkshake možete dodatno ukrasiti tučenim slatkim vrhnjem.

Lino torta od palačinki



Razveselite djecu i odrasle neobičnom, a okusno neodoljivom tortom od palačinki. Ukrasite prema raspoloženju i željama: voćem, šlagom, čokoladom, žitnim kuglicama...

Priprema

1) Pšenično i slanutkovo brašno pomiješajte, dodajte jaje, malo soli i mlijeko te umijesite glatku smjesu koju ostavite stajati 10 minuta. Ispecite na tavici 12 palačinki (Ø 22 cm).

2) Na tanjur za tortu stavite prvu palačinku, tanko premažite Lino ladom milk, prekrijte drugom palačinkom koju premažite Lino ladom nougat. Postupak ponavljajte dok ne potrošite sastojke.

3) Tortu ohladite, a zatim razrežite na 12 dijelova. Svaki komad malo odmaknite, a da ostane oblik torte.

Posluživanje

Čokoladu otopite na pari i razlijte na podlogu (npr. papir za pečenje). Dok je čokolada još podatna izrežite slova, imena ili neke druge ukrase koje ćete ohladiti i staviti na tortu.

Savjet

Umjesto tijesta od slanutka možete koristiti Mješavinu za palačinke Podravka.

Sastojci

Za palačinke:

200 g Pšeničnog oštrog brašna tip 400 Podravka, 200 g brašna od slanutka, 2 jaja, malo soli, 700 ml mlijeka, ulje za pečenje

Za premazivanje:

150 g Lino lade milk, 150 g Lino lade nougat

Tamne košarice



Muffine vole mališani, mame, tate, bake, djedovi...

Ukusni su i jednostavni za pripremu, a uz malo mašte i dobre volje možete ih pretvoriti u vrhunske poslastice i maštovite blagdanske darove. Najbolje od svega je što u izradi može sudjelovati cijela obitelj.

Priprema

1) Mješavini za muffine dodajte jaje, ulje, vodu i električnom miješalicom miješajte 3-4 minute.

2) U dva kalupa za muffine stavite papirnate košarice i u svaku uspite po žlicu pripremljene mješavine, a na nju na sredinu položite po 1 žličicu Lino lade milk.

3) Pecite ih 20 minuta na 200 °C, zatim izvadite iz pećnice i pustite da se ohlade.

4) Slatko vrhnje zagrijte na vatri, dodajte čokoladu za kuhanje i miješajte dok se ne otopi.

5) Rastopljenom čokoladom prelijte pečene muffine skoro da samog ruba košarice. Pustite da se malo ohlade i stavite ih u hladnjak do posluživanja.

Posluživanje

Izvadite iz hladnjaka i poslužite.

Savjet

Košarice možete dodatno ukrasiti pripremljenim jestivim ukrasima ili jednostavno pripremite Šlag hit i ukrasite po želji.

Sastojci

Za biskvit: 1 Čokoladni muffins Dolcela, 1 jaje, 100 ml ulja, 150 ml vode

Za nadjev: 200 g Lino lade milk

Za glazuru: 350 ml slatkog vrhnja, 275 g čokolade za kuhanje

Kako uspješno upravljati vremenom? (2)

U prošlom sam broju pisao o planiranju vremena kao prvom čimbeniku uspješnog upravljanja vremenom. Sada nekoliko riječi o drugom važnom čimbeniku, a to su kradljivci vremena.

Kradljivci vremena

“Dio našeg vremena nam ukradu, dio izmame od nas, a dio koji ostaje neprimjetno se izgubi.” (Seneca)

Često nismo niti svjesni tko i što nam sve može smetati u boljem korištenju našeg vremena. Te čimbenike smetnje kod realizacije zadataka obično zovemo “kradljivci vremena”. Neki od kradljivaca vremena su:

1. Nedostatak jasnih ciljeva i planova; sjećam se jedne tvrdnje: “Ako nemaš cilj možeš krenuti bilo kojim putem!” Kad znam koji mi je cilj pronaći ću i sredstva kako do

njega doći.

2. Nedostatak prioriteta; bez pravih prioriteta nema pravih rezultata, a trošit ćemo puno vremena na nevažne stvari.

3. Konflikt hitnog i važnog; već sam zadnji put napomenuo da važne stvari nisu uvijek i hitne, a hitne mogu biti manje važne, ali ih treba obaviti odmah.

4. Konflikt nevažnog “mnogo” i važnog “malo” (Pareto princip); poslovnim ljudima je odavno poznat ovaj princip: 20 posto aktivnosti donosi 80 posto rezultata

5. Telefon/mobitel; sve više primjećujem “patologiju” u korištenju ove moderne naprave. Ne samo da trošimo puno vremena, posebno na mobitel, nego to i dosta košta. Korištenje mobitela je često kontra-produktivno. Koristimo ga u krivo vrijeme, s krivim osobama i za krive teme.

6. Nenajavljeni posjetitelji/događaji; toga je bilo i bit će, ali ih treba sve-

sti na najmanju moguću mjeru. Kod toga top menadžerima mogu često pomoći dobre poslovne tajnice.

7. Dogovori i sastanci; loše pripremljeni i loše vođeni sastanci su tipični kradljivci vremena.

8. Odgađanje poslova; čim odgodite jedan posao uskoro će za njim slijediti serija odgađanja.

9. Nedostatak samodiscipline; nije je lako steći, ali upornost obično pobjeđuje.

10. Nema delegiranja (kod menadžera); na tu temu jedna zgodna izreka: “Menadžer koji trči sam obično na cilj stiže drugi!”

Koliko su to kradljivci vremena najbolje se možete osvjedočiti ako samo i površno jedno kraće vrijeme obratite pažnju na neki od ovih čimbenika i analizirate ih.

Možda uskoro otkrijete nekog novog kradljivca vremena tipičnog za vašu situaciju. (prof. Ivan Ferenčak)



SŠK PODRAVKA

Sjajni uspjesi Ivane Babić i Lorene Lončarić

Članica Streljačkog športskog kluba Podravka, Ivana Babić, postigla je sjajan uspjeh na “24th shooting hopes” u Češkom Plzenu osvajanjem trećeg mjesta u pojedinačnoj konkurenciji u disciplini issf malokalibarska puška trostav za juniorke.

Na ovom tradicionalno najjačem svjetskom turniru za juniorski uzrast Ivana Babić pored pojedinačne medalje osvojila je i ekipnu bronzu sa kolegicama iz reprezentacije Martom Zeljković i Danijelom Vukadin. Pored nastupa u Češkoj Ivana Babić sredinom lipnja izuzetno uspješno odradila je svoj prvi nastup na Svjetskom kupu u disciplini issf zračna puška. Rezultatom od 409,3 kruga Ivana se izborila za osvajanje takozvane MQS kvote koja joj omogućuje daljnje nastupanje na svjetskim kupovima u ovom Olimpijskom ciklusu i borbu za osvajanje kvote za nastup na Olimpijadi. Osim toga, Ivana je na prvenstvu Hrvatske u gađanju issf malokalibarskim oružjem održanom u Osijeku postala juniorska državna prvakinja u disciplini trostav.



Uspjesima Ivane Babić priključila se i klupska kolegica Lorena Lončarić koja je na Prvenstvu Hrvatske za kadetkinje u disciplinama serijska malokalibarska puška trostav i ležeći stav, održanom u Solinu, postala državna prvakinja u trostavu i brončana u disciplini ležeći stav. Ovim rezultatima Lorena Lončarić u svojoj posljednjoj kadetskoj sezoni opravdala je status jedne od najperspektivnijih hrvatskih kadetkinja, a sa osvojenim državnim odličjima i u disciplinama zračne puške na najbolji mogući način zaključila je sezonu natjecanja u kategoriji kadetkinja. (R.K.)

NK SLAVEN BELUPO

Nova sezona počinje s Dinamom

Novu prvenstvenu sezonu nogometaši Slaven Belupa otvaraju gostovanjem kod zagrebačkog Dinama 18. srpnja. Brojni problemi još uvijek su prisutni u kopriivničkom prvoligašu, ali pokušavat će se rješavati “u hodu” pa je tako, između ostaloga, odlučeno kako će Glavna skupština kluba biti održana 24. srpnja. Na njoj bi se trebao birati novi predsjednik kluba. U zadnjoj pripremnoj utakmici protiv ukrajinskog Iljičevca Slavenaši su na domaćem terenu odigrali 1:1. O očekivanjima u prvenstvu trener Farmaceuta Elvis Scoria, čovjek koji je sigurno jedan od najzaslužnijih što su Farmaceuti i dalje među deset najelitnijih klubova, kaže:

“Opet nam slijedi jedna teška godina kao što je bila i prošla, ali za nas je najvažnije da u nju krenemo s onim entuzijazmom s kakvim smo je završili, kao i kvalifikacije. Radit ćemo na tome svakodnevno i uvjeren sam da ćemo uspjeti. Jer, da nije tako ne bih preuzeo daljnju odgovornost vođenja momčadi. Ne treba zaboraviti da smo u ligi ostali s većinom mladih igrača koji su morali preuzeti “glavne role” što ni jednoj momčadi nije lako. Kroz to traumatično razdoblje afirmirali su se Melnjak, Glavina, Ozobić i Picak, dok su Čanađija i Brlek pokazali standardnost i morali preuzeti veliku odgovornost. To je za klub ogroman dobitak i naravno sljedeće prvenstvo



za koje već imamo okosnicu od 14 igrača.” Kako komentirate prvoligaški raspored u kojem Slaven Belupo prvo odlazi Dinamu, zatim mu dolazi Zagreb, nakon toga ide se Hajduku itd?

“Raspored, kao raspored. Uvijek moraš igrati, prije ili kasnije sa suparnicima jače ili slabije vrijednosti, iako po mom mišljenju u Ligi 10 nema slabih momčadi. Svi smo tu negdje, osim Dinama i Rijeke pa i Hajduka. Najvažnije, da se sto posto spremimo za ono što nas očekuje. Jako će nam biti važno da i navijači budu uz nas kao što su bili ovog proljeća i naravno u kvalifikacijama. Siguran sam da ćemo imati veliku podršku iz gledališta i da se više nećemo naći u situaciji u kojoj smo se našli u prošlom prvenstvu. Bit ćemo spremni za svaki izazov i pokazati da želimo biti stabilan prvoligaš kakvog zaslužuje grad Koprivnica i ovaj dio Hrvatske” – zaključio je trener Slavena Belupa Elvis Scoria. (B.F.)

Djed veli unuku: ‘Sakrij se brzo, evo nastavnika, a danas nisi išao u školu!’
A unuk će: ‘Bolje se ti sakrij, ja sam im javio da si ti jutros umro!’

Razgovaraju punica i zet. Punica se hvali: ‘Ovaj ručni rad star je više od sto godina!’
A zet će: ‘Divan je... Za koji ste ga rođendan dobili?’



Ulazi hipohondar kod doktora, a doktor mu kaže: ‘Dobar dan, dugo vas nisam vidio!’
‘Znam, bio sam nešto bolestan...’

Djeca su naše najveće bogatstvo – i ove godine očekuje se dobar izvoz!

Kaže jedan poduzetnik drugome: ‘Smijao bih se na svoj račun, ali mi je blokiran.’

Uđe kauboj Joe u krčmu i za šankom ugleda barsku damu, a oko nje četvoricu kauboj. Gleda on, gleda, pa odjednom trgne pištolj, ubije četvoricu kauboj a zatim pride barskoj dami i kaže:
‘Kako to da tako lijepa dama stoji ovdje sasvim sama?’

U službenom autu pita direktor vozača: ‘Što stalno mičeš tu polugu?’
‘Mijenjam brzine’, odgovori vozač.
Direktor: ‘Pa jesam li ti rekao da promijeniš sve što treba prije nego što krenemo?’

Sjedi plavuša u tramvaju, pride joj bakica i pita: ‘Djevojko, bismo li se mogli zamijeniti?’
‘Što? Da ja budem baka?’

Znate li zašto vojna mornarica prima više neplivača nego plivača? Duže će braniti brod!

Pričaju Mujo i Haso:
‘Jesi li čuo da će biti građanskog rata?’

‘Ha! Baš nas briga! Mi živimo na selu!’

Pričaju dva štrebera:
‘Slušaj, roditelji su mi otputovali, pa imam prazan stan.’
‘Blago tebi - možeš učiti naglas.’

Dođe Mujo kod psihijatra i žali mu se: ‘Doktore, pomozite mi, gubim pamćenje!’
‘Recite mi zašto to mislite.’
‘Pa kad legnem na moju Fatu, za pet minuta zaboravim što sam htio.’
‘Dobro, ima li još nekih sličnih primjera?’
‘Nego što! Kad legnem na susjedu, zaboravim da bih trebao sići s nje!’

Pita Haso Muju: ‘Mujo, što bi ti bilo draže – da si glup ili lijep?’
‘Da sam glup, naravno.’
‘A zašto?’
‘Ljepota je prolazna.’

Policajac zaustavlja pijanog vozača: ‘Gospodine, vi ste prešli na crveno!’
‘Jesam, hik! Od bijelog me ubije kiselina!’

Vrhunac pijanstva: Zagrliš tuš i moliš ga da prestane plakati.

Kupa se slon u rijeci i dotrčava miš na obalu i dere se: ‘Izlazi iz vode! Odmah!’
Izađe slon na obalu, a miš mu kaže: ‘Dobro, sad se možeš vratiti u vodu.’
‘Pa, zašto sam uopće morao izaći?’
‘Ma, neko mi je ukrao kupaće gaće, pa provjeravam sumnjivce!’

Vrati se žena sa pregleda gdje su joj rekli da će živjeti još samo 12 sati, pa kaže mužu da bi voljela provesti još jednu divlju i strastvenu noć s njim, a on joj odgovara:
‘Lako je tebi – ti ne moraš sutra rano ustati!’

Mujo: ‘Fato, znaš li da žena dnevno izgovori 32.000 riječi, a muškarac 16.000, upola manje?’
Fata: ‘To je zato što vam sve moramo dva puta objašnjavati!’



Dode Mujo kod psihijatra i žali mu se: ‘Doktore, pomozite mi, gubim pamćenje!’
‘Recite mi zašto to mislite.’
‘Pa kad legnem na moju Fatu, za pet minuta zaboravim što sam htio.’
‘Dobro, ima li još nekih sličnih primjera?’
‘Nego što! Kad legnem na susjedu, zaboravim da bih trebao sići s nje!’

				PETAR	RAZINA ZIVLJENJA NARODA	RIJEČ ISPRICAVANJA	BEZUVJETNI ZAHTJEV	POSPAN	TREADOR MATADOR
				DISCIPLINA ALPSKOG SKIJANJA					
				10 X10 =					
			NEPRESTANO TEKUCINA IZ NOSA						
		SUDAC NA STARTU							
		SVIRA BUBNJEVE							
	PLAVUŠE								
	PODRAVKIN PROIZVOD								
DRUŠTVO UMIROVLJENIH UCITELJA				KUĆNI MAJSTOR, ČUVAR NOVA GRADIŠKA					
DAVANJE NA ZNANJE								OKRUGLO SLOVO	
								JEDAN OD JEZIKA INDIJANACA	
UPIŠITE : L NJ			GRČKA VOJNE			OVO ŽENSKO IME RUTH			GRADIĆ U LICI
HRVATSKI PISAC VIKTOR EMIN				KOJE JE IZA PRVOG BOJA IGRACIH KARATA					
GLUMICA NINA					GRADIĆ I LUKA U ISTRI				
					SOUTH-EAST				
LITRA		PUNAC					LUXEMBOURG		
		VODITELJ PRIREDBE, ILI SKUPA					PONOR		
LJUBAVI (MOJA)!						ZAVIST			
	- - -					STOLNO- TENISAC KINE LIN			
ČOVJEK, COVA					DRŽAVA U AFRICI				
					OBROK PEČENIH JAJA				
IDI, HODI I				VELIKA ŠUMSKA PTICA					
				IMALAC STANA					
BIL JARSKI ŠTAP, TAK			SAVEZNA REPUBLIKA STAROGRČKA SKUPŠTINA						
OBRADIVATI ZEMLJU PLUGOM									
KENIJSKI TRKAČ ATLETIČAR BERNARD KIPCHIRCHIR									
RIJEČ BEZ NAGLASKA									
MRKI KONJ									
VJEČNA PAPIGA U KRIŽALJKAMA									



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,
Lana Kasumović
Jadranka Lakuš,
Ines Lukač

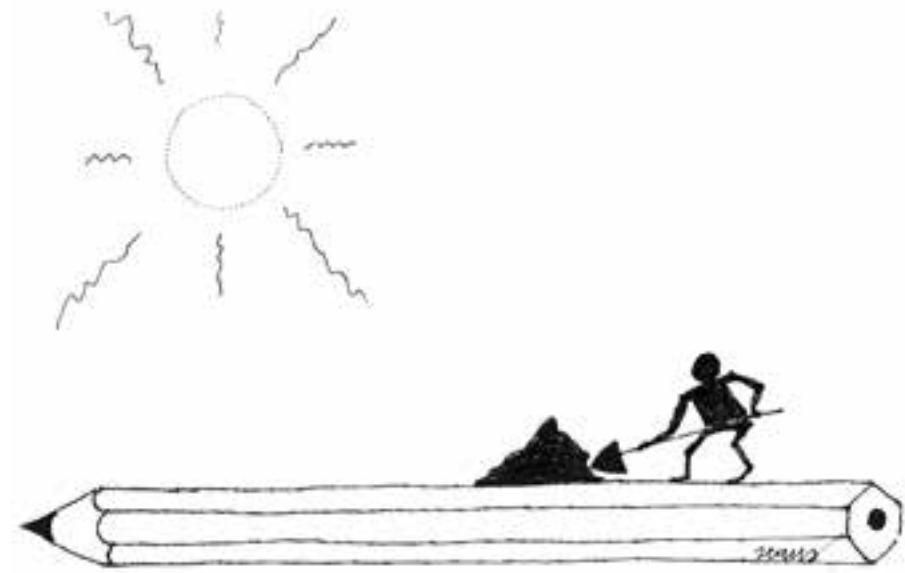
LEKTURA:
Ivana Korošec Vujica

GRAFIČKI PRIJELOM:
Studio za dizajn

TISAK:
Printera

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

SEZONSKE LJETNE AKTIVNOSTI



Nagradni pojam:

Ime i prezime:

Radna cjelina:

Otkrijte novi skriveni pojam

Najsretniji u rješavanju skrivenog pojma – pekmez od šljiva u prošloj križaljki je **Dalibor Dukarić iz Tvornice Mlin** kojemu je komisija iz Korporativnih i marketinških komunikacija donijela sreću u ovom nagradnom izvlačenju.

Zabavite se rješavanjem naše nove nagradne križaljke, a odgovor koji zaista nije težak i tražene podatke pošaljete na priloženom kuponu na adresu: List Podravka, Kolodvorska bb, s naznakom ZA NAGRADNU KRIŽALJKU.

Kupone možete slati do kraja kolovoza, a ime nagrađenog će biti objavljeno u idućem broju lista Podravka.



Podravka je uz svaki korak najboljeg roštilja, od njegovog početka pa sve do oblizivanja prstiju.

Vegeta, Vegeta Twist za grill, Vegeta marinade, Podravka senf, ketchup i ajvar osiguravaju najveću sočnost i najfiniji okus vašeg roštilja s Podravkinim grill kobasicama, a za najbolje osvježanje uzmite hladan Studenac!

Jedino za što se vi morate pobrinuti je sunčan dan i dobro društvo!