

PODRAVKA



**Otvorena Belupova
tvornica budućnosti**

slobodno kuhaj



GRILL



pokaži tom roštilju
tko je šef



NOVO



AJVAR

Uvodna riječ

Poštovane Podravkašice i Podravkaši,

Od mnogobrojnih događanja koja su obilježila proteklo razdoblje u našoj kompaniji zasigurno je najznačajnije svečano otvorenje novih tvornica Belupa, najveće greenfield investicije u Hrvatskoj vrijedne više od 500 milijuna kuna. Kako je bilo na otvorenju i što je poručio hrvatski premijer Andrej Plenković možete pročitati u našim novinama.

Također, značajno je i potpisivanje ugovora Podravke i Microsofta jer partnerstvom s jednom od najvećih tehnoloških kompanija na svijetu započinje nova, digitalna era poslovanja Podravke.

„Podravka je i do sada u prehrambenoj industriji predvodila trendove u segmentu inovacija i modernih tehnoloških rješenja, a suradnja s Microsoftom najveći je iskorak prema digitalnoj transformaciji i snažnoj digitalnoj konkurentnosti Podravke na globalnoj razini“, izjavio je prilikom potpisivanja ugovora Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke.

Potvrda riječi prvog čovjeka Podravke je i nastup naše kompanije na 17. WinDays konferenciji u Poreču, gdje je Podravka predstavila ključne projekte i ulaganja u trenutno najnaprednije tehnološke izume, čime potvrđuje da prati potrebe i trendove na tržištu te se uspješno prilagođava novoj, digitalnoj eri poslovanja.

Vijest koja će sigurno razveseliti svakoga radnika Podravke je isplata posebne stimulacije radnicima zbog njihovog doprinosa ostvarenju poslovnih rezultata za proteklu godinu. Radnicima će stimulacije od 951,73 kuna bruto biti isplaćene do kraja mjeseca svibnja, za što će biti izdvojeno gotovo četiri milijuna kuna.

Ne miruju ni naše Internacionale pa je tako, između ostaloga, Podravka u Kataru potpisala ugovor o distribuciji s renomiranim katarskim distributerom Arabian Supplies. Time je Podravka dobila jakog partnera koji će joj omogućiti ulazak na sva prodajna mjesta u Kataru te dugoročni razvoj poslovanja na jednom od ključnih tržišta regije Bliski istok i Sjeverna Afrika. Za dodatno sportsko veselje pobrinule su se i rukometašice Podravke Vegete koje su u finalu Hrvatskog kupa pobijedile ekipu Trešnjevke i osvojile 22. Kup Hrvatske. Čestitke našim curama! (R)

SADRŽAJ

- 04 - 09** **Vijesti**
- 10 - 11** **Istraživanje i razvoj**
- 12 - 13** **I ja sam Podravkaš**
- 14 - 16** **Tržišta**
- 17** **Žito**
- 18** **Belupo**
- 19** **Kalnik**
- 20** **Noviteti**
- 21** **Coolinarika**
- 22 - 25** **Sport**
- 26 - 27** **Lino višebojac**
- 28** **Kultura**
- 29** **Udruga Puls**
- 30** **Recept / Uvijek sa srcem**
- 31** **Nagradna igra / Povijest**

Novine dioničkog društva Podravka

PODRAVKA, PREHRAMBENA
INDUSTRIJA D.D. KOPRIVNICA
Ante Starčevića 32
48000 Koprivnica
Tel. 048/651-505
E-mail: novine@podravka.hr

Za izdavača:

Korporativne i marketinške
komunikacije

Redakcija lista:

Boris Fabijanec, Ines Lukač, Lana Bosilj

Lektura:

Lana Bosilj

Grafički prijelom:

Miroslav Miletić

Tisak:

Printera

List Podravka čitajte i na:

www.podravka.hr

Svečanost u Belupu

Otvorena najveća hrvatska greenfield investicija

Predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković svečano otvorio novu tvornicu Belupa vrijednu 530 milijuna kuna

„Drago mi je što mogu podržati ovu lijepu viziju razvoja Belupa dugu 47 godina. Ohrabrujuće je da ste kvalitetan partner hrvatskom zdravstvu i da ste važan čimbenik hrvatskog gospodarstva. Podravka i Belupo su danas predvodnici gospodarskog razvoja naše zemlje i tvrtke koje otvaraju nova radna mjesta“, rekao je predsjednik Vlade Republike Hrvatske, Andrej Plenković, svečano otvarajući u Koprivnici novu tvornicu

Belupa, najveću greenfield investiciju u Republici Hrvatskoj, u čiju je gradnju i opremanje uloženo 530 milijuna kuna. Uz najsuvremeniju tehnologiju i organizaciju procesa prema najnovijim standardima dobre proizvođačke prakse, ova tvornica predstavlja jedno od najmodernijih farmaceutskih postrojenja u regiji koje će, uz 1 386 postojećih, zaposliti dvije stotine novih radnika. Novootvorene će proizvodne linije povećati proizvodni kapacitet za 150 posto u odnosu na postojeći, te osigurati proizvodnju 100 milijuna pakiranja lijekova godišnje.

Još u prosincu prošle godine nova je Belupova tvornica dobila uporabnu dozvolu. Tijekom svibnja započinje komercijalna proizvodnja prvog dijela

asortimana – kozmetike s posebnom namjenom. Drugi dio proizvodnih pogona su u procesu validacije, što je uobičajeni proces, te kreću u pogon krajem rujna.

Više od polovice prihoda ostvareno na vanjskim tržištima

„Punih 47 godina od osnutka, Belupova promišljanja i ulaganja u budućnost nisu stala niti jedan jedini dan. Takva nam je filozofija poslovanja donijela poziciju druge po veličini farmaceutske tvrtke u Hrvatskoj, kompanije s najboljim rezultatima poslovanja u županiji, poželjnog poslodavca i nezaobilaznog partnera hrvatskog zdravstvenog sustava. Ta nam je filozofija života i rada donijela poziciju snažno izvozno ori-





- **najveća greenfield investicija u RH vrijedna 530 milijuna kuna**
- **uporabna dozvola dobivena je u prosincu 2016. godine**
- **komercijalna proizvodnja prvog dijela asortimana započinje u svibnju 2017. godine**
- **povećanje proizvodnih kapaciteta za 150 posto u odnosu na postojeće**
- **90 posto radova na novoj tvornici izvodili su hrvatski izvođači i dobavljači**

jentirane kompanije koja na hrvatskom tržištu ostvaruje oko 46 posto prihoda od prodaje, dok ostalih gotovo 54 posto ostvarujemo na 16 inozemnih farmaceutskih tržišta“, - naglasio je predsjednik Uprave Belupa d.d. Hrvoje Kolarić. Belupo je investiciju financirao dijelom vlastitim sredstvima (45%), a dijelom iz kredita Hrvatske banke za obnovu i razvoj (55% ukupne investicije).

Belupo čini 25 posto u prihodima Podravka grupe

„Podravka je od svog osnutka važan čimbenik hrvatskog gospodarstva, naša vodeća prehrambena kompanija, ali i kompanija koja svoje poslovanje unaprjeđuje i nadograđuje prateći potrebe tržišta. Strategijom Podravke definirane su dvije osnovne djelatnosti - prehrana i farmaceutika. U ukupnim prihodima Podravka grupe, prihodi Belupa čine gotovo 25 posto. Belupo je danas, s ponosom to ističem, vodeća hrvatska farmaceutska tvrtka u regiji koja ne ostvaruje samo iznimne rezultate poslovanja, nego prednjači u razvoju novih i inoviranih proizvoda. Uz širenje na nova tržišta upravo je inovativnost ključ uspjeha, kako Belupa, tako i cijele Podravke,“ –

naglasio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke i dodao:

„Najmodernija tehnologija i vrhunska proizvodna postrojenja samo su jedan kotačić u uspjehu i razvoju. Onaj presudni i najvažniji faktor su ljudi, zaposlenici, njihova stručnost, posvećenost poslu i predanost kompaniji i oni su najzaslužniji za uspjehe Belupa i Podravke.“

Dva proizvodna pogona u novoj tvornici

Ova je investicija mobilizirala brojne hrvatske kompanije. Gotovo 90 posto građevinsko instalaterskih radova povjereno je hrvatskim izvođačima, a čak 70 posto ukupne vrijednosti investicije prihodovale su domaće kompanije.

Nova tvornica ima dva proizvodna pogona. U prvom pogonu proizvodit će se kruti oblici lijekova - tablete i kapsule pakirane u blister kartice ili bočice. U drugom pogonu proizvodit će se lijekovi u polukrutim i tekućim oblicima - kreme, masti, otopine, sirupi, suspenzije, losioni i supozitoriji. Ova dva proizvodna pogona u potpunosti pokrivaju portfelj Belupovih lijekova i dodaju mogućnost proizvodnje novih oblika i formi. (R)



Rezultati poslovanja Grupe Podravka za 1. – 3.2017. godine

Prihod Grupe Podravka u prvom tromjesečju 913,2 milijuna kuna

Prihodi od prodaje Grupe Podravka u prvom tromjesečju 2017. godine iznosili su 913,2 milijuna kuna. Na kretanje ukupnog prihoda od prodaje u Grupi Podravka, koji je niži u odnosu na isto razdoblje prošle godine za 83,9 milijuna kuna, utjecala je prodaja poslovnog programa pića, ukidanje dijela mesnog asortimana, poremećaji na tržištima regije Adria uslijed izvanrednih okolnosti povezanih s najznačajnijim kupcem, promjena distributera za tržište Zapadne Europe te privremeno smanjivanje prodaje glavnom distributeru na tržištu Rusije. Grupa Podravka ostvarila je u prvom tromjesečju ove godine više od 70 posto prodaje na inozemnim tržištima.

Tijekom ožujka pojačane su marketinško-prodajne aktivnosti koje već u travnju daju pozitivne pomake u prodaji.

Ostvarena bruto dobit u prvom tromjesečju

iznosi 320,6 milijuna kuna, a neto dobit 18 milijuna kuna. Najveći utjecaj na smanjenje iskazane neto dobiti imali su, između ostalog, veći troškovi realiziranih opcijskih dionica u navedenom razdoblju.

Kada je riječ o strateškim poslovnim područjima Grupe Podravka, posebno vrijedi istaknuti pozitivna kretanja u segmentu Farmaceutika čiji su prihodi iznosili 189,6 milijuna kuna, što predstavlja rast od 4 posto u odnosu na usporedno razdoblje prethodne godine. Na navedeni rast prodaje najviše su utjecali vlastiti brendovi koji su ostvarili rast prihoda od 4,3 posto.

Prosječna dnevna cijena dionice Podravke u promatranom razdoblju bila je 21,7 posto viša u odnosu na usporedno razdoblje, a istodobno je došlo i do rasta prosječnog dnevnog broja transakcija, količina i dnevnog prometa. (R)

Pod pokroviteljstvom Podravke proglašeno Županovo vino

Graševina Gorana Kostanjevca, berbe 2016. proglašena je Županovim vinom 2017. godine na svečanoj dodjeli u Podravkinom Gastronomskom centru Štagelj.

Dodjelu je organizirala Zajednica udruga vinogradara, vinara i voćara Koprivničko-križevačke županije i Udruga vinogradara i voćara koprivničkog kraja Fran Galović, a partner i pokrovitelj izložbe bila je Podravka. U Štaglju su se okupili najbolji vinari Koprivničko-križevačke županije koji su za svoja vina osvojili zlatne diplome.

Čestitkama najboljem vinaru pridružila se i članica Uprave Podravke Ljiljana Šapina te tom prigodom Goranu Kostanjevcu uručila prigodan poklon-paket Podravke.

Uz dobru kapljicu ide i dobar zalogaj za kojega su se pobrinuli Podravkini promotori kulinarstva priredivši gozbu za uzvanike pa je druženje najboljih vinara našega kraja potrajalo do večernjih sati. (Boris Fabijanec)



Nagrada zaposlenicima Podravke

Podravka isplaćuje zaposlenicima stimulaciju za ostvarene rezultate u 2016. godini, za što je izdvojeno gotovo 4 milijuna kuna. Odluku o isplati stimulacije donijela je Uprava Podravke na temelju Kolektivnog ugovora Grupe zbog doprinosa zaposlenika u ostvarenju poslovnih rezultata za proteklu godinu.

S obzirom na ostvarenu dobit u 2016. godini, određen je iznos stimulacije od 951,73 kuna bruto, a bit će isplaćen do kraja svibnja. Zaposlenici Podravke i ove godine imaju moguć-

nost odabira modela isplate nagrade, odnosno uplatu u III. mirovinski stup.

- Doprinos svakog od zaposlenika Podravke ugrađen je u rezultate i uspjehe kompanije, što Podravka kao poslodavac cijeni i nagrađuje. Isplata godišnje nagrade zahvala je za njihovu predanost poslu i kompaniji, ali i poticaj da vrijednim radom u periodu koji dolazi doprinesu još boljim poslovnim rezultatima i zajedničkim uspjesima, istaknuo je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke. (R)



Podravka najprivlačnija studentima na FOI CORE-u

Studentska rješenja za prikupljanje i upravljanje idejama

Podravka se ove godine uključila kao partner na case-study natjecanju FOI CORE u organizaciji FOI-a i međunarodne studentske organizacije AISEC. Svrha natjecanja je izbor najboljeg studentskog rada koji rješava izazov prikupljanja i upravljanja idejama u okviru Podravka sustava Otvorenih inovacija. Natjecali su se timovi studenata, koji su mogli birati između Podravke i još dvije tvrtke, a najveći interes, od 7 timova, iskazan je za rješavanje Podravka case-a.

Podravka je studentima dala zadatak koji se odnosio na osmišljavanje sustava za prikupljanje i daljnje upravljanje idejama koje dolaze iz vanjskog sustava; od strane dobavljača, potrošača, znanstvenih instituta, studenata i sl.

Studenti su imali zadatak izraditi model i konkretno ostvarivo rješenje koje će Podravka moći implementirati. Timovi su predstavili interesantne ideje i projekte koji uključuju dizajn mobilne i cloud aplikacije, proces i vizualni identitet za sustav upravljanja idejama. Njihovi su projekti uključivi u digitalizaciju projekata Gammachef i Coolinarika te omogućavaju implementaciju kroz odlično razrađene aplikacije. (Lana Bosilj)



Suradnja Microsofta i Podravke

Partnerstvo u digitalnoj transformaciji poslovanja na Coolinarici

Microsoft će biti partner u procesu digitalne transformacije Podravke na zajedničkom projektu Coolinarika. Partnerstvo je dogovoreno i u segmentu razvoja drugih inovativnih rješenja i poslovnih modela, zasnovanih na novim tehnologijama. Suradnju su dogovorili Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke i Don Grantham, direktor Microsofta za Centralnu i Istočnu Europu.

- Partnerstvom s Microsoftom, jednom od najvećih tehnoloških kompanija na svijetu, započinje nova, digitalna era poslovanja Podravke. Podravka je i do sada u prehrambenoj industriji predvodila trendove u segmentu inovacija i modernih tehnoloških rješenja, a suradnja s Microsoftom najveći je iskorak prema digitalnoj transformaciji i snažnoj digitalnoj konkurentnosti Podravke na globalnoj razini, izjavio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke.

Microsoft je iskazao punu podršku biti pouzdan partner Podravke u razvoju novih poslovnih modela i tehnoloških rješenja u FMCG industriji. Podravkin globalni projekt Coolinarika je prvi projekt na kojem će raditi Podravka i Microsoft. Suradnja započeta na radionici s Microsoft-ovim me-



đunarodnim stručnjacima nastaviti će se posjetom Podravke centrali Microsofta u Redmondu u SAD-u, kako bi se razmotrile mogućnosti razvoja inovativnih rješenja u prehrambenoj industriji.

Inače, Colinarika je među 10 najposjećenijih internetskih stranica u Hrvatskoj te je najveća stranica u FMCG sektoru i najbrže rastuća stranica na dnevnoj, tjednoj i mjesečnoj bazi. (Ines Lukač)

Izazovi hrvatskog gospodarstva

Počinje nova era hrvatske diplomacije

Predsjednik Uprave Podravke Marin Pucar sudjelovao je u panel raspravi u okviru Konferencije Izazovi hrvatske gospodarske diplomacije u organizaciji Hrvatske gospodarske komore, Ministarstva vanjskih i europskih poslova i Jutarnjeg lista. Rekao je da je nedavni odlazak u Katar bio tek četvrti korak u osvajanju tržišta te da je riječ o prehrambenoj diviziji. Za sve ostalo potrebna je još veća institucionalna potpora, dodajući da je skupo izboriti se za tržišnu poziciju. Prilikom otvorenja konferencije, predsjednica RH Kolinda Grabar-Kitarović naglasila je važnost sveobuhvatne državne gospodarske strategije kojoj je gospodarska diplomacija, ako su ciljevi dobro postavljeni, bitan i učinkovit kotačić te posebno pozdravila Sporazum MVEP-a i HGK o razvijanju vanjskotrgovinske suradnje, parafiran netom



prije same konferencije.

- Preuzimanjem uspješnoga austrijskog modela gospodarske diplomacije te Sporazumom o suradnji MVEP-a i HGK počinje nova era gospodarske diplomacije, istaknuo je

predsjednik HGK Luka Burilović, dodavši da su austrijske investicije u inozemstvu primjenom modela Austrijske gospodarske komore porasle za čak 332 posto. (Ines Lukač)



Nakon deset godina provedena vježba evakuacije

Opsežna vježba evakuacije i zaštite od požara

Nakon cijelog desetljeća obavljena je opsežna vježba evakuacije i zaštite od požara upravne zgrade Podravke u kojoj su sudjelovali razni dijelovi kompanije. Zaštita na radu u kriznoj situaciji brine o evakuaciji ljudi, zaštita od požara osigurava problematično područje i gasi nastali požar, kontrola kvalitete hrane pazi kako ne bi došlo do kontaminacije hrane i proizvoda, informatička zaštita osigurava tehnologiju kako ne bi došlo do ugroze i tim za krizne situacije odlučuje o daljnjim ko-

racima. Sve to uspješno je odrađeno opsežnom vježbom koja je poslužila kao provjera da svi dokumenti, planovi i putevi za kriznu situaciju funkcioniraju i osiguravaju brzo rješavanje nastale situacije.

Vježba je krenula od podmetnutog požara u podrumu upravne zgrade od strane osobe koja je predsjedniku Uprave željela otuđiti laptop. S obzirom na povezanost cijelog kruga vatrodojavom, dežurni vatrogasac JVP-a provjerava što se događa i priziva u pomoć

ostale iz JVP-a. Dok JVP ne dođe, sam gasi nastali požar. Paralelno s tim, oglašava se sirena koja označava potrebu evakuacije zaposlenika i svih koji su se u tad našli u zgradi. Dolazi do evakuacije, a u međuvremenu prije spomenuti timovi odrađuju poslove zaštite kako se ništa ne bi kontaminiralo i kako bi bilo moguće što prije nastaviti s uobičajenim radom. Kad je sve osigurano i sanirano, sirena označava kraj opasnosti i mogućnost sigurnog povratka na radno mjesto.



Izborna skupština UBIUDR Podravke

Četverogodišnji mandat Slobodanu Lončaru

Na Izornoj skupštini Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke izabrano je i novo čelništvo Udruge koje će voditi Podravkine branitelje u idućem četverogodišnjem razdoblju. Većinom je glasova za predsjednika Udruge izabran Slobodan Lončar, a za dopredsjednike Željko Vugrinec, Valent Ledinski i Marijan Česi. Zahvaljujući na ukazanom povjerenju, Slobodan Lončar je naglasio kako je biti predsjednikom Udruge častan, ali zahtjevan i odgovoran posao te da su pred Udrugom brojni izazovi i problemi koje će se pokušati kvalitetno rješavati za dobrobit Podravkinih branitelja.

Na skupštini se okupilo stotinjak Podravkinih branitelja, a izabrani su i članovi Nadzornog i Izvršnog odbora te Suda časti. (Ines Lukač)





Microsoft WinDays17 konferencija

Prepoznata Podravkina digitalna konkurentnosti i ulaganje u inovacije



Podravka je na 17. WinDays konferenciji u Poreču predstavila ključne projekte i ulaganja u trenutno najnaprednije tehnološke izume, potvrdivši da prati potrebe i trendove na tržištu te se uspješno prilagođava novoj, digitalnoj eri poslovanja.

Sudjelovanjem na okruglom stolu "Zašto i kako stvarati digitalno konkurentne projekte", predsjednik Uprave Podravke Marin Pucar naglasio je važnost digitalne konkurentnosti za uspješno poslovanje, istaknuvši kako je Podravkina digitalizacija započela još s "Malim tajnama velikih majstora kuhinje".

- Od tada do danas, Podravka uvijek nastoji biti prva u inovacijama koje tržište traži i prepoznaje. Svoju poziciju lidera potvrdila

je i pokretanjem kulinariskog portala Coolinarika.com, koja je u 14 godina postojanja izrasla u najveću kulinarSKU društvenu mrežu u regiji te postala glavna destinacija za odabir kulinarskih recepata.

Mario Kraljić, Podravkin direktor službe Istraživanje tržišta i unapređenja marketinške efikasnosti predstavio je Podravkin poslovni slučaj korištenja Big Data i prediktivne analitike u slučaju juha na hrvatskom tržištu. Time je pokazao kako danas nije problem u nalaženju informacija, već je važno dati odgovor što s postojećim podacima napraviti. Jedan od primjera kako aplikacija funkcionira je analiza vremenske prognoze pomoću koje je Podravka došla do saznanja koliko i kako vremenski uvjeti utječu na prodaju.

Hologramske naočale i robot kuhar – inovacije za novo digitalno doba

Razvijajući svoje brandove, Podravka nastoji integrirati nova tehnološka dostignuća kako bi svojim potrošačima ponudila, ne samo kvalitetan proizvod, nego i doživljaj. Tako su sudionici WinDays konferencije dobili priliku prvi puta u Hrvatskoj, gledati medvjedića Lina s *HoloLens* hologramskim naočalama, za koji su vizualizaciju radili Podravka i tvrtka Span. Doživljaj omogućuje spajanje Lino medvjedića u digitalnom obliku sa stvarnošću u kojoj se osoba s naočalama nalazi.

Sudionicima WinDays konferencije predstavljen je i rad Gammachefa, robota – kuhara koji priprema jela iz jednog lonca, dodajući hranu i sastojke iz spremnika prema unaprijed zadanom digitalnom receptu. To je još jedan od pokazatelja Podravkine usmjerenosti prema budućnosti pripremanja i konzumiranja hrane. (Ines Lukač)



Spoj umijeća kulinarstva, znanosti o prehrani i senzoričke

Laboratorij za istraživanje okusa

Osuvermenjivanje laboratorija ubrzat će razvoj proizvoda, pomoći u razvoju što uspješnijih proizvoda na tržištu, poduprijeti ostvarenje Nutritivne strategije i unaprijediti istraživačku aktivnost

U koliko bi željeli ukratko opisati što predstavlja laboratorij za istraživanje okusa, ne bi mogli odabrati bolji naziv. U njemu je sadržana cjelokupna ideja dodane vrijednosti laboratorija, koji djeluje u okviru službe Nutricionizam i senzorička, u sektoru Istraživanje i razvoj. Na 25. godišnjicu osnutka službe, važno je pohvaliti se njegovim osuvermenjenim izgledom i povratkom ideje o objedinjavanju tri discipline: senzorskih ispitivanja, znanosti o prehrani i kulinarstva. U početku svog osnutka, služba je nosila naziv Kulinarstvo, senzorička i nutricionizam. Zbog smanjenja kulinarskih aktivnosti tijekom godina, skraćen je naziv

koji služba nosi do danas.

Danas je, globalno, kulinarstvo postalo veliki trend i u službi je ponovo dobilo zasluženno mjesto, ali u svom istraživačkom izdanju. Kulinarstvo istraživanje predstavlja novu disciplinu koja ujedinjuje umijeće kulinarstva i znanosti o hrani. Ova brzo-rastuća disciplina pretpostavlja suradnju između kulinarskih profesionalaca i prehrambenih znanstvenika (Culinology®). Osnivači ove discipline su Research Chefs Association iz SAD-a.

Okus – inovacija s bezbroj lica

Suvremeni razvoj proizvoda ujedinjuje znanja i kompetencija raznih struka. Posebnost Podravkinog okusa i dalje je ključna komponenta prihvatanja proizvoda od strane potrošača te je 2014. godine započeo razvoj kulinarškog istraživanja u službi Nutricionizam i senzorička, zapošljavanjem prvog kulinarškog istraživača u povijesti Podravke. Da bi se razvijalo novo područje istraživanja okusa u kulinarstvu, bio je potreban drugačiji, novi prostor laboratorija, koji je zamišljen kao mjesto razmjene ideja,

istraživanja, primjene novih kulinarskih tehnika u pripremi hrane, kušanja i ocjenjivanja jela, druženju "oko stola", sve u cilju podržavanja vizije Podravke kao lidera u inoviranju okusa.

Ciljevi osuvermenjivanja laboratorija

U ideji osuvermenjivanja laboratorija, postavljeno je nekoliko ciljeva. Prvi cilj je brži i efikasniji razvoj proizvoda. Inoviranje rada laboratorija zapravo je inovacija procesa razvoja proizvoda što zahtijeva razvoj novih kompetencija i rutina kako bi se osigurala veća učinkovitost, a u svemu tome su esencijalne potrebe i očekivanja potrošača. Drugi cilj je pomoć u razvoju što uspješnijih proizvoda na tržištu. Za ostvarenje ovog cilja važan je dobar sustav analize rezultata pojedinih faza u razvoju proizvoda. Proizvod najprije mora zadovoljiti očekivanja potrošača po pitanju kvalitete okusa. U tome važnu ulogu imaju senzorska ispitivanja. Današnje metode sve su brže i naprednije, i sve se više okreću otkrivanju podsvjesnih razloga za odabir i prihvatanje nekog proizvoda. U laboratoriju za istraživanje





okusa neprekidno se radi na njihovom upoznavanju i implementiranju. Potpora ostvarenju Nutritivne strategije sljedeći je cilj rada laboratorija jer upravljanje nutritivnom kvalitetom započinje od razvoja kulinarskih prototipova. I kao posljednji, ali ne manje važan cilj je unaprijediti istraživačke aktivnosti sektora.

Senzacija okusa na jednom mjestu

Laboratorij se nalazi na prvom katu zgrade Instituta na prostoru nekadašnje degustacije i kuhinje. S njihovom rekonstrukcijom završena je prva faza izgradnje laboratorija. U drugoj fazi rekonstrukcije pripojit će se dodatni prostor u konačnu površinu laboratorija od 100 m². Radu laboratorija doprinosi 6 zaposleni-

ca s diplomama iz područja biotehničkih znanosti, Maja Vidaković, univ.spec. nutricionizma, dipl.ing. Dijana Janković i dipl.ing. Ivka Cenić Puž su prehrambeni tehnolozi, dipl. ing. Nataša Matković je agronom koja se odlično snalazi u radu s ljudima, Helena Tomić-Obrdaj univ. spec. prehrambene tehnologije i mr.sc. Davorka Gajari kao direktor službe, doprinos unaprjeđenju funkcioniranja laboratorija žele dati kroz doktorski studij iz polja nutricionizma. Veliku potporu daju vrijedne tehničarke Nada Bukvić i Vesna Matijaško koje pomažu u organiziranju provođenja senzorskih ispitivanja te najmlađa kolegica Margita Modrić, mlada je kulinarska istraživačica. Laboratorij za istraživanje okusa je vjero-

jatno jedno od najzuidljivijih mjesta u našoj kompaniji. Ovdje se stvara, razvija novi okus. U tom kreativnom, ali često mukotrpnom procesu, osim nutricionista, senzoričara, razvojnih inženjera, marketinga, prodaje, vrlo često sudjeluje i Uprava kompanije, a obično i sami potrošači.

Senzacija okusa je puno više od poznavanja slatkog, kiselog, gorkog, slanog ili umami okusa. Hrana ima jedinstven okus obojan našim osobnim preferencijama, obiteljskim navikama i kulturno-gastronomskim nasljeđem podneblja u kojem živimo ili trenutno jesmo. Okus je često u pozadini naših sjećanja i životnih iskustava koji imaju formirajući utjecaj. (Davorka Gajari)





PAVOL LUTIŠAN

IZ SLOVAČKE SA SRCEM

„Za Podravku se stvarno može reći da je kompanija sa srcem, ne samo svojim logom i geslom. Jednostavno, osvojila me od prvog dana, otkada sam se s njom osobno susreo.“, kaže Pavol

Pavol Lutišan, prodajni menadžer za regiju srednje Slovačke dugogodišnji je zaposlenik Podravke. Ove godine je proslavio 20 godina rada u tvrtki. Uz to, strastveni je alpinist i skijaš. Kroz višegodišnje iskustvo rada na različitim pozicijama, od stručnog referenta, trgovačkog predstavnika, menadžera za ključne kupce do prodajnog menadžera iskusio je mnoge promjene za koje kaže da su prohujale.

Kompanija kroz godine

„Za Podravku se stvarno može reći da je kompanija sa srcem, ne samo svojim logom i geslom. Jednostavno, osvojila me od prvog

dana, otkada sam se s njom osobno susreo.“, kaže Pavol. Podravka je za njega kompanija s prošalošću, tradicijom, kvalitetnim proizvodima, super ljudima i s budućnošću, osjećajem za stanje na tržištu te spremnosti na promjene. Te su promjene, kaže, pozitivne, što potvrđuje rapidno proširenje asortimana zadnjih godina.

Tim Podravka u Slovačkoj

Podravka je u Slovačkoj stabilna kompanija s profesionalnim radnim timom, optimalnim asortimanom prilagođenim potrebama i očekivanjima slovačkog potrošača, sa stalnim inovacijama. Radni tim je izbalansirana kombinacija profesionalnosti, iskustva, stabilnosti i nove "mlade krvi".

„Preporučio bih mladim ljudima posao u Podravki. S obzirom na to kako Podravka funkcionira na tržištu, kakve ima proizvode i kakva joj je poslovna klima i kultura – predstavlja za mlade ljude veliku mogućnost, ogromnu praksu i prednost u poslovnom razvoju.“

Dinamika na poslu i u slobodno vrijeme

Kako kaže, prvih 20 godina prošlo je veoma brzo, sa svakodnevnim promjenama i prilagođavanjima, bez mogućnosti uljuljivanja u rutinu zahvaljujući brzim trendovima i događanjima na tržištu. Tako velikih planova za karijeru nema, voli postojeću dinamiku posla koja ga čini zanimljivim.

I nakon radnog dana njegov se život ne usporava; zahvaljujući jednogodišnjoj kćerkici koja iziskuje puno pažnje i vremena te Pavolvoj velikoj ljubavi prema planinama. Svaki slobodni trenutak koristi za planinarenje i alpinističko skijanje, čime održava kondiciju i "puni baterije" za nove radne pobjede. (Marko Vitelj)

Podravka
je bila, i je,
velika prilika
za mlade



Nakon radnog dana Pavol se opušta druženjem s kćerkicom, a njegove velike ljubavi su i alpinističko skijanje i paninarenje čime "puni baterije"



Tuttofood u Milanu

Podravka se predstavila na najbrže rastućem prehrambenom sajmu u Europi



Na najvećem prehrambenom sajmu „Tuttofood 2017.“ u Milanu, predstavila se i Podravka. „Tuttofood“ je trenutno najbrže rastući sajam ovog tipa u Europi koji se održava svake druge godine i tematski je namijenjen prvenstveno gospodarskim subjektima te je trenutno jedini internacionalni sajam ovog tipa u Italiji. U okviru četverodnevnog sajma bile su organizirane brojne tematske radionice, seminari, konferencije, kulinarska natjecanja i sastanci,

a broj izlagača i posjet sajmu raste stopom preko 40%.

Od ukupno preko 3 000 kompanija koje su predstavile svoje proizvode i inovacije na sajmu, vidjeli smo raznoliku ponudu hrane iz čitavog svijeta. Posjećenost sajmu bila je iznad svih očekivanja, posebice kada je kao gost nastupio bivši predsjednik SAD-a Barack Obama, koji je govorio o zdravoj hrani i potrebi smanjenja globalnog otpada.

Ove je godine na Podravkinom izložbenom prostoru glavna tema bila Vegeta i njezine, talijanskom tržištu prilagođene ekstenzije (Vegeta tekuće marinade, Vegeta posipači) te Ajvar kao proizvod koji dobiva sve više na popularnosti, ne samo u Italiji nego i diljem Europe. Jedna od atrakcija bili su i naši promotori koji su zaokupili pažnju posjetitelja, ali i potencijalnih poslovnih partnera. (Davor Lokotar)



SAD: Nova receptura Vegete

Kao najveći izvoznik u SAD i Kanadu, Podravka kontinuirano razvija distribuciju i prodaju na velikom teritoriju. Osim što raste indeks distribucije, konstantno se proširuje i asortiman proizvoda. Također, proizvodi se prilagođavaju potrebama tržišta. Tako je razvijena receptura za Vegetu Broth, koja je i lansirana na tržište. Radi se o tekućoj vrsti Vegete koja odgovara zahtjevima američkih kupaca. (Lana Bosilj)

Poljska: Velika kampanja za Vegetu

Na kraju prvog tromjesečja i početkom drugog na poljskom se tržištu radi punom parom. U punom je jeku velika kampanja za Vegeta brand s fokusom na novi proizvod Vegeta za meso uz promociju top Vegeta proizvoda.

Kampanja obuhvaća novu komunikacijsku platformu branda Vegeta i to s dva televizijska spota, oglašavanjem u časopisima i jakom online video i banner komunikacijom. Odrađuje se i jaka promocija na Facebooku na kojem Vegeta Poljska ima preko 130.000 fanova.

U tijeku su i pojačane aktivnosti na prodajnim mjestima koje uključuju degustacije, promotivne prodaje, dodatna izlaganja i novo promo pakiranje Vegeta 500g s limenkom gratis. Sve to radi se kako bi se osvežila komunikacija prema potrošačima i približili postojeći i novi proizvodi. (Hrvoje Puhalo)



Nastavak internacionalizacije

Ugovor s velikim katarskim distributerom

Potpisivanjem ugovora s tvrtkom Arabian Supplies, Podravka dobiva jakog partnera koji će joj omogućiti ulazak na sva prodajna mjesta u Kataru te dugoročni razvoj poslovanja na jednom od ključnih tržišta regije Bliski istok i Sjeverna Afrika.

Ugovor su potpisali Hany Al Sayed, generalni direktor Arabian Supplies-a i Nermin Salman, izvršni direktor Podravke Gulf FZE, u sklopu programa posjeta predsjednice RH, Kolinde Grabar-Kitarović, predsjednika HGK Luke Burilovića i delegacije hrvatskih gospodarstvenika.

Podravka je na ovom tržištu u posljednje dvije godine intenzivirala svoje poslovanje otvaranjem vlastite podružnice u Jebel Ali Free Zoni, u Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Aktivno je prisutna u 9 zemalja regije Bliski istok i Sjeverna Afrika te bilježi odlične poslovne rezultate. Svoje je poslovne procese prilagodila specifičnostima ovog tržišta i potrebama stanovnika te je kompletan asortiman prilagođen komunikacijom na arapskom jeziku, razvijeni su potpuno novi proizvodi, a uspješno je provedena i halal certifikacija.

- Osim Katara, početkom godine su dogovo-



reni dugoročni projekti s lokalnim partnerima u Omanu i Kuvajtu, a stvorili smo pretpostavke i za skoriji početak sustavne obrade

Egipta, Bahreina, Iraka i Libanona, najavio je Nermin Salman, izvršni direktor Podravke Gulf FZE. (Ines Lukač)

Nacionalne nagradne promocije u Mađarskoj

Jačanje branda Vegete

Izgradnja Vegete kao branda jedan je od najvažnijih ciljeva na tržištu Mađarske. Zasad su najbolji rezultati postignuti sa specijalnim dodacima jelima, Classic i Naturella. Dosadašnja praksa ulijeva entuzijazam za postizanje dvoznamenkastog udjela na tržištu u skoroj budućnosti.

Jedan od velikih pokretača potrošnje jesu dugogodišnje promocije za potrošače na razini cijele države. Preko njih i mješavine začina i ajvar također postižu veće udjele na tržištu. Ovogodišnja promocija napravljena je kako bi senzibilizirala potrošače s Mediteranom: glavna nagrada je put za dvoje na otok Korčulu. Time se povezuje hrvatska obala s Podravka brandom.

Da je svijest potrošača prisut-



na i reagira na ovakve promocije dokazuje fotografija prošlogodišnjeg dobitnika čija je fotografija s nagradnog putovanja dostavljena Podravki. To je jedan od dokaza da je su ovakve promocije ključne za potrošače te su pokazatelj da se ide dobrim putem. (Olgyay Bálint)

Superbrand priznanja Podravkinim brandovima

Dvostruko priznanje Podravki na češkom tržištu

Podravka je po prvi put u povijesti dobila istodobno dva priznanja Czech Superbrands 2017 i to za brandove Podravka i Lagris.

To je renomirano priznanje Podravka dobila nekoliko puta do sada, no prvi puta za dva branda i prvi puta dvije godine zaredom za brand Lagris. Superbrand priznanje su Podravki i Lagrisu dodijelili vodeći češki eksperti za robne marke, postavivši ih tako u sam vrh prepoznatljivih i kvalitetnih proizvoda.

Priznanje dokazuje jaku poziciju Podravkinih brandova na češkom tržištu. Od posebnog je značaja uzastopno dobivanje Superbrand priznanja za Lagris. Dokaz je to dobrog rada cjelokupnog tima Podravke Lagris. Nagrada je dokaz razine povjerenja i pozitivnih emocija povezanih s Podravkinim brandovima na tržištu Češke.

„Želja je u sljedećem razdoblju intenzivirati napore u razvoju Podravka i Lagris branda. Ovo priznanje nam je svakako dodatni poticaj i motivacija u tim nastojanjima“, rekao je Marko Vitelj, direktor Marketinga Podravke u Češkoj.

Za spomenuti je i da je brand Lagris prošle godine proslavio 25 godina postojanja na tržištu Češke. Pod brandom Lagris Podravka u Češkoj prodaje grahorice i riže te je u obje kategorije lider na tržištu. Podravka Lagris broji 154 zaposlenika s prosječnom dobi zaposlenja od 9,5 godina. (Marko Vitelj)



Posebne promocije u Švedskoj

Prepoznata kvaliteta Ajvara i Vegete

Podravka u Švedskoj nastavlja s marketinškim aktivnostima na promociji brandova Podravka Ajvara i Vegete. Ovo je treća godina kako Podravka u suradnji s distributerom Plivit trade provodi značajne marketinške aktivnosti na tržištu Švedske. Glavni fokus aktivnosti je približavanje Podravkinih brandova potrošačima u Skandinaviji. Kako Šveđani toplije dane vole iskoristiti za roštiljanje i boravak u prirodi tako je i jedan od fokusa aktualne komunikacije na upotrebu Ajvara u grill sezoni. U tijeku su standardne promocije, uz novosti: u promocijama sudjeluje pobjednik švedskog Masterchefa za profesionalne kuhare, chef Edin Džemat kojeg u Švedskoj kolege već zovu Mr. Ajvar. Također, ispred supermarketa cirkuliraju „ICA food truck“: dva kamiona opremljena kuhinjama i ispred supermarketa odrađuju degustacije izabranih proizvoda među kojima su Podravka Ajvar i Vegeta. Ova tromjesečna promocija odrađuje se po cijeloj državi.

Šveđani vole isprobavati nove stvari, no proizvodi kojima će pokloniti povjerenje moraju biti prirodni, moraju se uklapati u njihov životni stil i prehrambene navike te moraju biti opremljeni u specifičnom švedskom dizajnu. Naravno, i okus proizvoda mora biti odličan. Sve te uvjete Podravka Ajvar ispunjava tako da svakog dana u Švedskoj Ajvar privlači sve više novih potrošača. U prilog tome govori i nedavni posjet švedskog novinara, Andersa Weingårda, u sjedište Podravke u Koprivnici. Weingård je urednik poznatog švedskog gastronomskog magazina „Mat&vin“, kulinarskog priloga najtiražnijih švedskih novina Aftonbladet. Impresije o svom posjetu Podravki, s naglaskom na Ajvar i Vegetu, Weingård će objaviti u svibanjskom izdanju novina te će, s obzirom na nakladu od 600.000 primjeraka, Podravkini proizvodi biti predstavljeni velikom dijelu Šveđana. (Hrvoje Mikulčić, Lana Bosilj)



Australija: Nagrađena kampanja za Vegetu

S tradicijom prisutnosti na tržištu dužom od 20 godina, Podravka nudi rješenja i iskustva koja su australski potrošači prepoznali. Tako je Vegeta brand nagrađen srebrnom nagradom za integriranu kampanju. Zahvaljujući aktivnostima u distribuciji i promociji Vegeta je osigurala poziciju lidera u kategoriji te snažnu poziciju na policama australskim supermarketa. Tako je Vegetu u Australiji moguće pronaći na više od 90 posto polica diljem zemlje.

Uz napore vezane uz promociju i distribuciju, vodi se briga o potrebama i zahtjevima australskih potrošača tako da se razvijaju novi proizvodi koji im odgovaraju. (Lana Bosilj)





Gorenjka kao glavna atrakcija Festivala čokolade

95 kilograma za 95 godina

Pionirka na slovenskom tržištu čokolada, Gorenjka, ove godine slavi 95 godina postojanja. U to ime, u sklopu Festivala čokolade u Radovljici predstavljena je najveća mliječna čokolada s lješnjacima. 95 kilograma čokolade koji simboliziraju 95 godina postojanja sastojalo se od 63 kilograma mliječne čokolade i 32 kilograma lješnjaka. Cijela čokolada prezentirana je i podijeljena posjetiteljima festivala.

Osim najveće slovenske čokolade posjetitelji Festivala uživali su u čokoladnoj skulpturi majstora ledenog kiparenja uobličenoj u Gorenjku, degustaciji nove linije tamne čokolade Mistica Wellness te istoimenom foto kutku.

Vodeća na slovenskom tržištu

Gorenjka je priznati brand čokolade s najvećim tržišnim udjelom u roladama na sloven-

skom tržištu. Osim toga, može se pohvaliti vodećom pozicijom u tamnim i čokoladama s rižom te s drugim mjestom u mliječnim čokoladama. Na godišnjoj razini proizvede se 1 600 tona čokolade i 600 tona rolada. Gorenjka je prava slovenska čokolada jer se cijeli proces, uključujući i najvažniju fazu, proizvodnju čokolade prema vlastitom receptu, odvija se u tvornici u Lescu u Sloveniji.

Qudal certifikat za kvalitetu

Gorenjkin slogan „puna sveg dobrog“ potvrđen je i Qudal certifikatom istraživačke kuće Iceritas. Slovenski su potrošači prepoznali Gorenjku i proglasili je najkvalitetnijom čokoladom. Pažljivo odabrani sastojci, kvaliteta, dugogodišnje iskustvo u razvoju tehnologije i čokoladnih proizvoda ono su što slovensko tržište traži i nagrađuje. (Lana Bosilj)



Dopunjen asortiman Gorenjka tamnih čokolada

Novi Mistica Wellness okusi

Na ovogodišnjem Festivalu čokolade u Radovljici predstavljeni su novi okusi linije tamne čokolade. Pod nazivom Mistica Wellness nalaze se tri različita okusa tamne čokolade: goji bobice i maca, sjemenke konoplje te naranča, đumbir i matcha. Linija je to posvećena ljubiteljima čokolade koje cijene visok udio kakaa u novim, interesantnim kombinacijama. Novi proizvodi sadržavaju 70 posto kakaa i najkvalitetnije dodatke kako bi se obogatio već poznati okus Mistica tamne čokolade. (Lana Bosilj)



Jedanaesti rođendan mjerenja zdravlja

Rekordna posjećenost Belupovih mini ordinacija

Pod sloganom "Zdravlje se gradi srcem", Belupo je proslavio 11. rođendan mjerenja zdravlja i ponovno vjernim građanima Koprivnice i Koprivničko-križevačke županije pokazao da, bez obzira na odlične poslovne rezultate ne zaboravlja lokalnu zajednicu. A građani su pokazali takav interes da je izgledalo kao da se 364 dana u godini očekuje upravo ovaj događaj.

Šestotinjak zainteresiranih prošlo je kroz Belupove mini ordinacije na koprivničkom trgu. Dok je dio sugrađana provjeravao masnoću i šećer u krvi, drugi dio je mjerio krvni i očni tlak te rizik na osteoporozu. Također, velik broj žena u zrelim godinama zatražio je savjet kako održavati svoju kožu hidratiziranom i vitalnom.

Ni najmlađi nisu zanemareni: za njih je bilo organizirano natjecanje u slaganju puzli s motivom nove tvornice polukrutih i tekućih lijekova koja se uskoro otvara.

U svim mini ordinacijama na kraju dana zaključeno je isto – ljudi su vjerni mjerenju zdravlja koje je utjecalo na promjenu svijesti i nekima od njih produžilo i živote. Puna pohvale za takvo promoviranje dobrih Zdravko Dren navika bila je Lana Knežević, specijalistica oftalmologije, koja je s Belupovim timom na Trgu bila prvi put. „Oduševljena sam odazivom, ali i komentarima pacijenata koji su rekli da redovito ovdje dolaze. Svima smo pomogli i nekim savjetom, ali tako veliki interes ipak nisam očekivala“ – skromno je komentirala.





Još jedan uspješan projekt tvornice Kalnik

Najsuvremenija linija za sterilizirani slanutak

Sterilizirani slanutak proizvodi se, od travnja, u tvornici Kalnik na novoj suvremenoj liniji za sterilizirano povrće. Time se povećao standard sigurnosti gotovog proizvoda, kapacitet i visoka troškovna efikasnost proizvodnog procesa što je istovremeno omogućilo razvoj novih proizvoda i vraćanje jednog dijela asortimana povrća iz outsourcinga u vlastitu proizvodnju. Optičkim sorterom na inspekciji sirovine te x-ray- uređajem na kontroli gotovog proizvoda dobivena je jedna od najmodernijih i najsigurnijih proizvodnih linija.

Slanutak u slanom naljehu proizveden je iz kvalitetnog slanutka, bez konzervansa i aditiva te je bogat proteinima i prehranbe-

nim vlaknima.

Bogat je izvor proteina i dijetalnih vlakana te je vrlo cijenjen sastojak u vegetarijanskoj prehrani. Kuhani slanutak s povrćem i cjelovitim žitaricama poput riže je odličan visoko-proteinski nemasni obrok pa predstavlja idealnu zamjenu za meso.

Prema riječima menadžera Hrvoja Matijevića i Romane Zlatar-Vulić iz Strateškog marketinga zaduženih za kategorije Povrća i Voća, slanutak u slanom naljehu vrhunski je novi, trendovski Podravkin proizvod koji bilježi odličnu prihvaćenost na prodajnim mjestima, naročito kod modernih i prehranbeno osviještenih potrošača. Tako je zabilježen

kontinuirani rast prodaje ovog artikla na tržištu Hrvatske i sve veća zastupljenost na tržištima Slovenije, BiH i Crne Gore.

Početak proizvodnje slanutka u Varaždinu nastavak je jedne lijepe i uspješne priče koja je po istom modelu započela 2014. i bila dovršena 2016. prebacivanjem preko 3.000 tona rastućeg asortimana konzerviranog smeđeg, crvenog i bijelog graha iz outsourcinga u domaću proizvodnju. Upravo je taj poslovni pothvat bio temelj za simultanu provedbu i realizaciju investicijskog tehnološkog projekta nove moderne linije konzerviranog povrća u tvornici Kalnik u značajnom iznosu sufinanciranog sredstvima iz EU fondova. (Slavica Kolesar)



Sindikalni izlet u Istru

Druženje Varaždinaca i Umažana

U organizaciji SINDIKATA PPDIV-a zaposlenici tvornice „Kalnik“- Varaždin 28. i 29.04. uputili su se na dvodnevni izlet u Istru. Cilj izleta bilo je razgledavanje ljepota Istre s posjetom nacionalnom parku Brijuni, te posjet Podravkine tvornice Povrće Umag. U tvornici su radni kolege i direktorica tvornice, Marina Diminić Visintin, bili srdačni i gostoljubivi te ispričali povijest tvornice, asortiman, omogućili razgled tvornice i proizvodnih pogona. Nakon razgledavanja, izmjena informacija i kratkog druženja put je nastavljen prema Poreču, Rovinju, Fažani.

Djelatnici tvornice „Kalnik“ uživali su u prekra-



snom dvodnevnom druženju i istarskim ljepotama, napunili „baterije“ za nadolazeću sezonu te koriste priliku i zahvaljuju se direktorici Ma-

rini Diminić Visintin, kolegama i prijateljima iz tvornice „Umag“ na srdačnoj dobrodošlici i toplom gostoprimstvu. (Slavica Kolesar)



Novi dizajn i poboljšana receptura

Podravka bistro juhe donose toplinu i pravi okus doma

Kombinaciju tradicije, prepoznatljivog i modernog donose prepoznatljiv okus Podravka juhe

Ukusne Podravka bistro juhe najbolji su način da u svoj dom unesete toplinu i okupite najdraže za stolom. Od sada u vašu kuhinju stižu u novom dizajnu i poboljšane recepture.

Mirisi koji ispune vašu kuhinju svaki puta kad skuhate juhu, uvijek potaknu osjećaj ugođe. Neovisno o prilici ili danu u tjednu, ukusnom

tanjuru juhe se svi uvijek vesele. Zato Podravka svojim juhama posvećuje posebnu pažnju.

Toplinu domaćeg okusa Podravka bistrih juha otkrijte u novom dizajnu te još boljem okusu bez dodanih pojačivača okusa. Nove poboljšane recepture juha pripremane su dugo i s puno pažnje. U njima su samo najbolji sastojci koji bez kompromisa na vaš stol donose okus prave, domaće juhe.

Novi dizajn Podravka bistrih juha, za nove generacije ljubitelja juha

Posegnuli smo za tradicijom, zadržali prepoznatljivo i dodali dašak modernog. To je

recept po kojem smo redizajnirali ambalažu i poboljšali recepturu Podravka bistrih juha – koje za vaš stol stižu u modernijem izdanju. Donose prepoznatljiv domaći okus, a od sada bez pojačivača okusa još su ukusnije i prirodnije.

Napravite omiljenu Podravka bistru juhu, stvorite osjećaj i otkrijte kako par žlica juhe prija u baš svakoj situaciji. Zavirite na police vašeg dućana i uživajte u novim ambalažama te poboljšanoj recepturi vaših omiljenih Podravka juha. Na vaš stol donosimo samo okus prave, domaće juhe. Bez kompromisa. (Vlasta Čičak)





Razbijte dosadu

Vladavina šarenih burger peciva

Šarena burger peciva već neko vrijeme su veliki trend. Zeleni, crveni, pa čak i crni burgeri potpuno su nas opčarali, i vrijeme je da ih i mi pokušamo napraviti

Pomama oko burger peciva u boji započela je još u drugoj polovici 2015. kada su najveći fast-food lanci u ponudu izbacili svoje burgere u neobičnim bojama. Burger King, KFC i Mc Donalds priznaju kako su primijetili da obojena peciva privlače kupce, da se o njima priča (i piše u novinama) i da im je to jedan od najjeftinijih marketinških poteza. Šareni burgeri u SAD-u i Aziji više nisu novost; tamo se nude i sivi burger, zatim jarko ružičasti, a u Japanu je svojedobno veliki hit bio potpuno crni burger s crnim sirom, crnim umakom i grillanim patlidžanom. Mljac! Čime ih obojati?

Odvažite li se spraviti domaća burger peciva u boji – dobra vijest je da to zaista možete izvesti kod kuće. Za crvena peciva tijestu dodajte kuhano ciklu, intenzitetu boje pomoći će i malo koncentrata rajčice. Spomenuti fast-food lanci svoja crvena peciva bojali su rajčicom u prahu, pokušajte i vi uspijete li na našim prostorima pronaći taj začim. Sveukupni dojam pojačat ćete ako na pljeskavicu stavite i malo crvenog umaka ...I krišku mozzarelle!

Zelena boja u burger pecivima može poteći od špinata, možete dodati i malo matcha praha (pripremite se i na matcha okus) ili pak spirulinu u prahu. Možete se poigrati kombinacijama boja i okusa, pa zeleni može

biti kakav vege burger gdje uz pregršt šarenog povrća kraljuje pljeskavica od slanutka. Okus možete oplemeniti domaćim umacima s raznim začinima.

A crni burgeri? Dobra vijest je što ovu popularnu boju nije teško dobiti kod kuće. Sipino crnilo dat će intenzivnu crnu koja će laskati domaćem fishburgeru. Tijesto u tamno možete obojati i aktivnim (medicinskim) ugljenom.

Za intenzivniju boju vaših burgera možete dodati i koju kap prehrambene boje. Neškodljivo je, a rezultat je izražajnija boja peciva.

(Ivan Korošec Vujica)





Mihael Mladen upisao prvi prvenstveni nastup

U pobjedi Slavena Belupa s Istrom sudjelovao je i jedan od najboljih juniora 17-godišnji Mihael Mladen, kojem je trener Željko Kopic ukazao povjerenje od 73. minute kada je zamijenio strijelca drugog pogotka Mirka Ivanovskog.

Mladom koprivničkom napadaču bio je to prvi prvenstveni nastup za najbolju momčad našeg kluba, a prigodu za igru opet je dobio i 18-godišnji Bruno Bogojević koji je u 82. minute zamijenio Hebera.

Ulazak ove dvojice darovitih mladića u igru pljeskom su pozdravili navijači Slavena Belupa koji su također pljeskom nagradili prigodom izlaska s travnjaka Mirka Ivanovskog i najboljeg ovosezonskog klupskog strijelca Hebera. (Ivan Brkić)



Osijek zasluženio osvojio bodove

Farmaceuti su doživjeli i četvrti poraz s Osijekom u ovom prvenstvu, koji jedini od prva četiri kluba ima stopostotni učinak s koprivničkim prvoligašem.

Nakon utakmice u osječkom Gradskom vrtu trener Slavena Belupa Željko Kopic kratko je rekao:

– Čestitam domaćinu na zasluženoj pobjedi, bio je bolji od samog početka i osvojio bodove. Nedostajalo nam je nekoliko ključnih igrača što se itekako osjetilo u našoj igri. Nemamo previše vremena za analizu već se okrećemo Rijeci koja nam u srijedu dolazi u goste – kazao je između ostalog trener našeg kluba koji je, zbog ozljeda i žutih kartona u Osijeku morao izvesti kombinirani sastav. (Ivan Brkić)

Ostvaren prvi od dva zacrtana cilja Kup je naš

Zacrtano, obećano, odigrano, osvojeno. Podravka Vegeta osvojila je 22. puta Hrvatski rukometni kup. Na Festivalu rukometa 2017. u polufinalu i finalu natjecanja u kupu za žene koprivničke rukometašice svladale su najprije riječki Zamet (26:17), a onda u finalu 13. svibnja zagrebačku Trešnjevku (24:13) i tako pokazale da još uvijek nisu dostižne drugim ekipama.

PODRAVKA VEGETA

POBJEDNIK KUPA HRVATSKE:

1993, 1994., 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2006, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2015, 2016 i 2017.

Nekim je igračicama medalja oko vrata bila prva u Hrvatskome kupu u dresu Podravke Vegete, nekima zadnja, a nekim prva i zadnja. Naime, ugovori dijelu igračica prestaju 30. lipnja i čekaju se odluke o izgledu/sastavu ekipe za iduću sezonu. Neke će cure sigurno otići. Bit će zanimljivo vidjeti što će biti s (brojnim) igračicama na posudbi, i eventualnim kvalitetnijim pojačanjima. Europsko natjecanje bez toga može biti samo proba u kvalifikacijama i ostati želja. Zasad, pobjedom u kupu, Podravka Vegeta je osigurala nastup u prvoj fazi EHF natjecanja. Pobjedom u prvenstvu

moguće su kvalifikacije za Ligu prvakinja.

U borbi za novi trofej

Podravka Vegeta u prednosti

A do kraja prvenstva preostala su još samo tri kola. Podravka Vegeta u odnosu na drugoplasiranu Lokomotivu ima trenutno četiri boda prednosti, ali Zagrepčanke imaju utakmicu manje, a do kraja prvenstva u subotu, 20. svibnja Podravka Vegeta igra u Dugom Selu, tjeđdan dana kasnije u goste dolazi Umag, a 3. lipnja završna utakmica prvenstva je derbi s Lokomotivom u Zagrebu.

Više je kombinacija, a za Podravku Vegetu čak tri od četiri su dobitne. Pobjeda i neriješen ishod donose sigurni naslov prvakinja. Izgubljena utakmica do šest golova razlike također inaugurira Podravku Vegetu kao prvaka. U Koprivnici Podravka Vegeta pobijedila je s 25:18 (+7). Jedina nevolja bio bi susret izgubljen s većom ili istom razlikom, ali s manje datih golova u gostima (primjerice 24:17, 23:16, itd.). To je jedina prednost Lokomotive. U slučaju istovjetnog rezultata Podravka Vegeta je prvak, jer ima bolju opću gol-razliku. Optimizam nas ne napušta, očekujemo 23. puta veliki pehar prvenstva u Koprivnici.





PODRAVKA VEGETA DO SADA PRVAK HRVATSKE:

1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2015. i 2016.

Napredak mladih kadetkinja, djevojaka rođenih 2002. i kasnije

Prošle godine djevojčice rođene 2002. godine, mlađe kadetkinje, na Završnici prvenstva Hrvatske osvojile su tek 13. mjesto. Pod vodstvom trenera Filipa Turka nakon godine dana izrastanja, sada već djevojke od 14 godina, osvo-

jile su na završnici u Umagu, u sklopu Festivala rukometa 2017. jako dobro 5. mjesto. U finalnoj borbi za to mjesto svladale su favorita zagrebačku Lokomotivu i pozicionirale se kao kandidatkinje za vrh u idućem natjecanju. Podsjetimo da su kadetkinje trenerice Snježane Petike prvakinja Hrvatske. Na mladosti rukomet ostaje.

Regionalna liga je koristila

Za razliku od ranijih sustava i različitih ekipa u Regionalnoj ligi, ove sezone organizaciju je preuzeo makedonski Vardar i natjecanje po sustavu turnira u sva

četiri grada od kuda su i vrhunski klubovi. Odigrani su turniri u Podgorici, Koprivnici, Ljubljani i završni turnir, Final Four, u Skoplju. Vardar je osvojio prvo s 10 bodova, Budućnost drugo s 8, Krim Mercator treće sa 4, a Podravka Vegeta četvrto mjesto s 2 boda.

Vardaru, Budućnosti i Krim Mercatoru natjecanje je služilo kao međuigra i priprema za utakmice Lige prvakinja, dok je Podravki Vegeti koristilo kao priprema za domaće utakmice, odnosno osvajanje domaćeg kupa i prvenstva. Kup je naš, a prvenstvo je drugi cilj. (Ivo Čičin-Mašansker)



Od igrača do trenera

Košarkaš - Podravkaš B Kapusta o košarci u Kop

Svake se godine organizira, sad već tradicionalni, memorijalni turnir Goran Plavec. Međunarodni je to dvodnevni turnir koji ove godine okuplja klubove iz Slovenije, Mađarske i Hrvatske

Na inicijativu nekoliko entuzijasta, srednjoškolaca i tada osnovnoškolca, danas trenera i Podravkaša, Borisa Kapuste osnovan je KK Koprivnica. Iako se košarka igrala i ranije, u srednjoškolskim ekipama gdje se natjecalo u srednjoškolskim ligama, od 1973. pod nazivom KK KC kreće ozbiljna košarkaška povijest s najboljim igračima tadašnjih srednjoškolskih liga.

Kako je u Klubu od samog početka, Kapusta je prošao i igračku karijeru, paralelno s trenerskom da bi danas bio trener osnovnoškolcima (2005./2006. godište). Interes za košarku, kaže, ne slabi, ali se odvija u nalletima. Tako je, trenutno, Klub u mogućnosti posuđivati mlade igrače: nekolicina najboljih od 2008. i 2009. godišta natječe se u mini košarci s klubom iz Varaždina te će s njima na Prvenstvo Hrvatske.



Zlatno razdoblje košarke

Sredinom devedesetih, kaže Kapusta, koprivnička je košarka doživjela zlatno doba.

„Tih smo godina postigli najveće uspjehe u 2. ligi koja je obuhvaćala veliki teritorij: cijelu Slavoniju i SZ Hrvatsku.“ Razlog tome vidi i u najvećim ulaganjima u tom razdoblju i mogućnostima vraćanja igrača izvana u Koprivnicu.

„Danas seniori ovise o juniorima i kade-tima. Nakon srednje škole, igrači odu na fakultet van Koprivnice ili u okolne klu-

bove koji plaćaju igranje, ili barem putne troškove.“

Bez obzira na prilike, i danas iz KK KC izlaze veliki igrači. Tako Kapustin sin igra u juniorskoj reprezentaciji koja je osvojila srebro protiv SAD-a te se natječe u 1. hrvatskoj košarkaškoj ligi.

Memorijalni turnir Goran Plavec

Svake se godine organizira, sad već tradicionalni, memorijalni turnir Goran Plavec. Međunarodni je to dvodnevni turnir koji ove godine okuplja klubove iz Slo-



oris oprivnici



venije, Mađarske i Hrvatske. Novost je u tome što će se odigravati u dvije starosne skupine: 2003. godište i mlađi te 2000. godište i mlađi s po četiri ekipa u svakoj skupini.

Goran Plavec Križevčanin je koji je početkom rata poginuo. Prije toga, trenirao je kod Kapuste te mu je ovaj turnir posvećen zbog potencijala koji je imao i onog što je dao za košarku.

Da je turnir od velike važnosti govori u prilog činjenica da su na njemu nastupali i Hezonja i Šarić, danas jedni od najpoznatijih hrvatskih košarkaša, ne samo u granicama Lijepe naše.

Kako biste podržali mlade nade koprivničke košarke dođite 20. i 21. svibnja u dvoranu Branimir. Oba dana program kreće u 9:30 te je ulaz slobodan. (Lana Bosilj)



Mlade rukometne nade u završnici Prvenstva Hrvatske

Rukometni klub Koprivnica - Hangar 18 ima više od 130 malih rukometaša koji se natječu u 1. HRL za svoja godišta, a najmlađi u mini rukometu. Dječaci rođeni 2004. godine i mlađi, pod vodstvom glavnog trenera Pranjića, pomoćnog trenera Zrakića i trenerice vratara Galkin, osvojili su treće mjesto u 1. HRLDA. Preostale su još dvije utakmice do kraja prvenstva u kojima naši dječaci žele nastaviti impresivan niz koji su ostvarili u posljed-

njih 12 utakmica (11 pobjeda i 1 remi). Dječaci rođeni 2006. i mlađi, pod vodstvom trenera Stubičara, pomoćnog trenera Ružića i trenerice vratara Galkin, završili su na 4. mjestu u prvenstvu.

Ove godine oba su godišta svojim plasmanom u prvenstvima osigurala odlazak na Završnicu prvenstva Hrvatske u Umagu. Završnica će za njih biti jedno veliko iskustvo jer će im biti prva. (Antonio Pranjić)



Prepoznat rad i aktivnosti SŠK Podravka

Streljačkom športskom klubu Podravka najviša nagrada u hrvatskom streljaštvu

Na svečanoj sjednici Hrvatskog streljačkog saveza krajem travnja 2017. u Zagrebu Streljačkom športskom klubu Podravka dodijeljen je Trofej Hrvatskog streljačkog saveza kao najviša nagrada u streljačkom sportu za dugogodišnji aktivan rad i doprinos razvitku streljaštva u Republici Hrvatskoj.

Mario Kos, predsjednik Kluba, istaknuo je kako je Trofej Hrvatskog streljačkog saveza, kao najviše priznanje za dugogodišnji rad

na razvoju streljačkog sporta u Republici Hrvatskoj, priznanje osnivačima kluba davne 1952. godine kada je klub osnovan kao i svim članovima kluba od trenutka osnivanja do današnjih dana.

Pored kvalitete na nacionalnoj razini, natjecatelji SŠK Podravka sudjeluju kao članovi Hrvatske streljačke reprezentacije i na međunarodnim natjecanjima.

Trofej Hrvatskog streljačkog saveza ujedno je i obaveza sadašnjim i budućim članovima



kluba da i dalje rade na razvoju streljačkog sporta u Koprivnici, promovirajući grad i Podravku u zemlji i inozemstvu. (R)



Kraj još jedne uspješne sezone

Veliko finale 11. sezone Lino višebojca

Nakon 24. prelijepo ispričane priče u 11. sezoni Lino višebojca, predstoji nam veliko finale u Ivanić Gradu. Domaćin završnice je OŠ Stjepana Basaričeka, koja će ugostiti natjecatelje i njihove navijače iz cijele Hrvatske.

Medvjedić Lino osvojio je simpatije preko 220 000 osnovaca, potičući njihov sportski, literarni i kreativni duh koji će imati prilike pokazati i na samom finalu. Očekuje nas puno veselja, smijeha, i dobre zabave uz sportske i glazbene goste.

Svi zainteresirani, radosnog duha i s djetetom u sebi moći će 20. svibnja od podneva uživati Lino slavlju u Ivanić Gradu, u sportskoj dvorani „Žeravinec“. (Nives Hemetek)





Uspješno završena treća sezona u BiH

Novi koncept nagrađivanja iznjedrio sveukupne pobjednike

Sportska avantura medvjedića Lina u BiH započela je u Tomislavgradu te se nastavila u osnovnim školama u Odžaku, Tuzli, Posušju, Konjicu, Cazinu, Grudama, Buni, Kaknju te završila u Prijedoru.

Ove godine prvi puta je primijenjen novi koncept nagrađivanja najuspješnijih škola te pobjednika Lino višebojca u konkurenciji dječaka i djevojčica od šestog do devetog razreda. Ukupni pobjednici izlučuju se na temelju osvojenih bodova na Lino višebojcu u matičnoj školi.

Dvoje najboljih natjecatelja dolaze iz iste škole, OŠ „Marin Držić“ iz Bune. U konkurenciji djevojčica najbolja je bila Matea Šimić iz sedmog razreda, kao i njezin školski kolega, isto sedmaš, Boris Kokorović. Osim priznanja da su najbolji sportaši treće sezone Lino višebojca, medvjedić Lino pripremio im je i lijepe nagrade.

U svim školama diljem Bosne i Hercegovine, medvjedića Lina dočekivale su prepune tribine

razdraganih navijača. Gromoglasno navijanje, šareni transparenti, navijački rekviziti, široki splet plesova i pjesme, Lino je odlučio dodatno nagraditi. Sve škole ocjenjivale su se posebnim upitnikom temeljem sveukupnog dojma i organizacije samog događanja. Najbolje organiziranom školom jednoglasno je proglašena OŠ „Vladimir Nazor“ iz Odžaka. Maštovitost i trud u izrađivanju brojnih navijačkih rekvizita, pa čak i modne kreacije, poput večernje haljine koju su učenici ove škole izradili od kutija omiljenog Čokolina. OŠ „Vladimir Nazor“ Odžak bit će nagrađena donacijom Podravke d.o.o. Sarajevo. Uz brojne poznate sportske goste koji su svojim savjetima, podrškom bodrili natjecatelje i navijače, Lino višebojac u Bosni i Hercegovini zasigurno je razveselio svu djecu koja su sudjevala u zajedničkom projektu Podravke d.o.o. Sarajevo, Podravke d.d. i Sportskih novosti. (Nives Hemetek)





Rad punom parom

Literarna sekcija KUD-a Podravka sudjelovala na brojnim događajima

Članovi Literarne sekcije KUD-a Podravka, u travnju, sudjelovali su na brojnim događajima, kao što je manifestacija „Ribolovci svome gradu“, recitalom poezije o ribi, gradu Koprivnici i Uskrsu. Svoju poeziju kazivali su: Ivan Pobi, Milica Pocza, Katarina Švabek i Domagoj Švabek. Također, u sklopu nastupa KUD-a Podravka, Ženski vokalni sastav počastio je posjetitelje svojim poletnim pjesmama.

U Hrvatskom domu Križevci, na koncertu „Od Županije samo najbolje“, članice Literarne sekcije Marija Hegeđušić i Katica Rajić-Popijač, kazivale su svoje nagrađene radove (s Hrvatskog sabora kulture u 2016. godini). Krajem travnja, članovi Literarne sekcije KUD-a Podravka, odazvali su se pozivu Vараždinskog književnog društva na 23. Pjesničko-ekološki recital, „Ivanščica diše za cijeli svijet“. Manifestacija je održana u čast Dana planeta Zemlje (22. travanj).

Autobusom se krenulo prema Ivancu, gdje



je održana dobrodošlica uz čitanje stihova. Sljedeća postaja bila je kod izvora vode pod no Ivanščice „Žgano vino“, gdje je tajnik Vараždinskog književnog društva g. Tugomir Orak, održao pozdravni govor. Ponovo su se kazivali stihovi.

Zadnja postaja bio je vrh Ivanščice, gdje je

održan pjesnički recital. Tema je bila vezana uz prirodu, ekologiju i Ivanščicu. Ugodno druženje potrajalo je do kasnih poslijepodnevni sati. Na recitalu, ispred Literarne sekcije nastupili su poezijom: Ana Jakopanec, Božica Galinec, Katarina Švabek i Domagoj Švabek. (Domagoj Švabek)

Predstave polaznika amaterskog kazališta

Dramski studio Ludens teatra sprema 8. VAK

Prvi vikend u lipnju (3. i 4.), u koprivničkom Domu mladih rezerviran je za 8. VAK – Vikend amaterskog kazališta, kojeg pripremaju polaznici Dramskog studija Ludens teatra. U dva dana festivala, publika će moći vidjeti predstave koje su kroz sezonu pripremali polaznici.

Na festivalu će biti izvedene predstave najmlađe skupine (Žute lisice), srednje

skupine (Tišina u ulici) te najstarije skupine (Kaotis teatralis). Uz predstave polaznika dramskog studija Ludens teatra, posjetitelji će moći pogledati i predstavu nastalu u produkciji POU Gospić. U sklopu festivala bit će i otvorena izložba koju su pripremili polaznici Scenografske radionice.

Ulaz na sve predstave je besplatan, a



ovim će festivalom završiti sezona za polaznike Dramskog studija, dok Ludens teatar priprema još jedan festival u srpnju. (Ena Bebek)



Uspješno završena humanitarna akcija

Počinjte ljuljanje bez granica

Udruga Puls je u proteklom periodu nastavila s prikupljanjem financijskih sredstava za kupnju ljuljačke za osobe s invaliditetom i djecu s poteškoćama u razvoju o kojima skrbi udruga „Bolje sutra“. Volonteri su tako redom sudjelovali u događanjima u gradu i okolici organizirajući tombolu kako bi sva potrebna sredstva bila prikupljena na vrijeme.

U Koprivnici je udruga Puls bila prisutna tijekom manifestacije Ribolovci svome gradu, Zdravlje se gradi srcem, 1. maj i Dani travnjaka te u Virju na Prkačijadi gdje je akcija privedena kraju.

Zahvaljujući darežljivosti i velikom srcu naših sugrađana akcija je uspješno završena. Sva sredstva za kupovinu ljuljačke su prikupljena te će ljuljačka, u dogovoru s gradom biti po-



stavljena na igralištu u koprivničkom Gradskom parku. Trenutno je ljuljačka u procesu proizvodnje, dok će početkom

lipnja biti spremna za postavljanje na prethodno spomenutoj lokaciji. Volonteri udruge Puls za-

hvaljuju svima koji su svojim prilogom sudjelovali u humanitarnoj akciji „Ljuljanje bez granica“. (Barbara Stančin)



(♥)

ZAKLADA
UVIJEK SA SRCEM

U narednom razdoblju, nastavljamo brinuti za one koji ne mogu ostvariti svoja prava na drugi način. Skrbimo za hrvatske branitelje iz Domovinskog rata koji su se brinuli za sve nas kada je našoj Domovini to bilo najpotrebnije. Za neke je svaki dan dragocjen kao i naša pomoć. Jean-Paul Sartre 1905. je rekao: „Za dobro se treba boriti kao vojnik, a koji vojnik sam može dobiti rat?“

Pomozite drugima svojim priložima, omogućimo da onima kojima je najpotrebnija naša pomoć vratimo osmijeh na lice, a što je najvažnije da im pokažemo da nam je stalo do njih te da im zadržimo dostojanstvo. Dobro se dobrim vraća. Od srca hvala svakom Vašem prilogu za povrat osmijeha i dostojanstva.

**NO SAMO UZ VAŠU POMOĆ
MOŽEMO NASTAVITI DALJE...**

Nadamo se da ćete u ovoj godini podržati naše aktivnosti te na taj način omogućiti pružanje pomoći onima koji je trebaju još danas.
Pomozite jer nikada ne znate kada će Vama zatrebati pomoć.

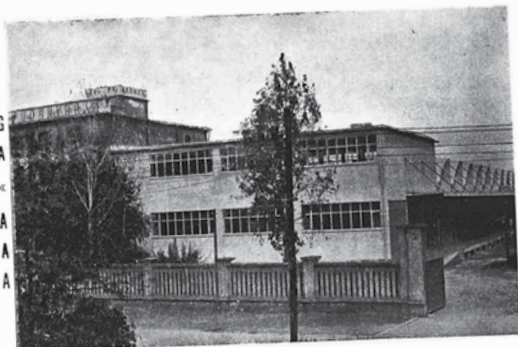
UNIVERZALNI NALOG ZA PLAĆANJE			
PLATITELJ (naziv i adresa)	Ime	Valuta plaćanja	IBAN
IME I PREZIME ADRESA	IBAN o kojemu plaćanje		
	Model	Postupak na teret platitelja	
	99		
IBAN o kojemu prima plaćanje	HR6423860021110005911		
PRIMATELJ (naziv i adresa)	Matični broj	Postupak na teret primaoca	
ZAKLADA "UVJEK SA SRCEM" A. STARČEVIĆA 32 KOPRIVNICA	99		
	Serijski broj	Opis plaćanja	
		DONACIJA ZAKLADI	
	Datum izvršenja		
IBAN na koji se prima plaćanje	Priznat (prekriži)	Pažnja	Pažnja korisnika PU
Valuta primka	Tržišna vrijednost	IBAN	IBAN

Pisali smo 1963.

informativni biletten



ADNOG
ELEKTIVA
PODRAVKA
NEHRAMBENA
INDUSTRIJA
PRIVNICA



odina I

KOPRIVNICA

3/63

Češće puta u našoj tvornici, postavlja se pitanje, tko i koliko jede naših proizvoda? Koliko se može tih naših proizvoda plasirati? Koji krajevi su interesantni za proširenje plasmana, kako bi naša reklama mogla usmjeriti svoje akcije na potrošače i t.d. i t.d.

Na jedno pitanje je lako dati odgovor. Naši proizvodi su ne mijenjeni ishrani ljudi. Međutim mnogo je važnije saznanje, tko su ti ljudi i gdje oni kod nas žive. O tome će biti govora u dalnjem tekstu, koji je svakako interesantan radi općih saznanja, a posebno za trgovce i reklamu.

STANOVNIŠTVO NA DAN 31. III 1961. god.

1961	ukupno	18,549,291
1953	ukupno	16,837,421
1921	ukupno	13,724,957

Znači u odnosu na 1953. g. više nas je za cca 2,000,000., a u odnosu na 1921. za cca 5,000,000.-

PO NACIONALNOSTI NAS IMA

Srba	7,806.000	Mađara	504.000
Hrvata	4,294.000	Turaka	183.000
Slovenaca	1,589.000	Slovaka	86.000
Makedonaca	1,045.000	Rumunja	61.000
Crnogoraca	514.000	Bugara	62.000
Muslimana	973.000	Talijana	23.000
Jugoslavena	317.000	Čeha	30.000
		Ostale narodn.	143.000

PO SPOLU NAS IMA

ŽENA	9,506.000
MUŠKARACA	9,043.000

PROSJEČNO ŽIVIMO 60 - 64 GODINE !

- 9 -

Nagrada igra

S juhama do dekice

Iskoristite svoje račune iz svakodnevne kupovine i osvojite Podravka dekicu. Sve što je potrebno jest da kupite 5 juha, od kojih minimalno jedna mora biti redizajnirana (Alpska, Kokošja, Minestrone, Proljetna). Račune s navedenim kupljenim juhama priložite uz svoje podatke i pošaljite na adresu lista: List Podravka, Kolodvorska bb, Koprivnica, s naznakom NAGRADNA IGRA: S JUHAMA DO DEKICE. Račune možete slati do 5. lipnja, a najsretniju/ najsretnijeg od vas izvući će redakcija Lista. Ime dobitnice/dobitnika nagradnog paketa objavit ćemo u sljedećem broju lista Podravka.

Danijela Koščak – sretna dobitnica nagradne igre

Najsretnija u prikupljanju računa s potrebnim Podravkinim proizvodima je Danijela Koščak iz Interne revizije kojoj je komisija iz Korporativnih i marketinških komunikacija donijela sreću u ovom nagradnom izvlačenju.



Teško vam je žonglirati s
kreditima, karticama i minusima?

Uz Addiko Restart kredit krenite
ispočetka samo s jednom obvezom
i uz 25% dodatne gotovine.



Addiko Bank

Gdje je $2+2=4$