

LIST DIONIČARSKOG DRUŠTVA "PODRAVKA" KOPRIVNICA STUDENI 2020. GODINA 58. BROJ 2071

PODRAVKA



Čokolino slavi 50 godina

Lino[®]

GRATIS POKLON!



GUMICA ZA
BRISANJE



LOPTICA
HOPSICA



PRSTEN



PRONAĐI SVOJ POKLON

U POSEBNO OZNAČENIM
KUTIJAMA OMILJENIH
Lino ŽITARICA!



PODRAVKA



Poštovane Podravkašice i Podravkaši,

lagano smo ušli u predblagdansko razdoblje, doba kad se okružujemo onima koje volimo, ali i doba povećane potrošnje. Kako bi olakšala, ali i zahvalila za dosadašnji trud, Podravka je svoje zaposlenike nagradila s 1.000 kuna. Priznanje je to za angažman tijekom mjeseci u kojima je Podravka, zajedno sa svojim zaposlenicima, uspješno odgovorila na sve izazove koji su se pred njom našli.

Na sve izazove već 50 godina uspješno odgovara i Čokolino. Ovogodišnji slavljenik, i to s velikom godišnjicom, može se pohvaliti ne samo konzistentnošću u svojoj originalnoj varijanti već i proširenjem asortimana koji je jako dobro prihvaćen od strane potrošača te kroz godine raste. Slijedom nastalih okolnosti nije pripremljena klasična proslava već je pola stoljeća Čokolina obilježeno kroz kampanju s novim brand ambasadorom Tončijem Huljićem, koja se pokazala izuzetno uspješnom i primijećenom.

Ni Čokolina ni ostalih Podravkinih proizvoda ne bi bilo da nije dugog niza generacija Podravkaša koji su postavili temelje za današnju Podravku. Kako smo i najavili u prošlom broju, Podravka je proteklih tjedana dostavom prigodnih paketa na kućni prag iskazala zahvalnost prema svojim umirovljenim zaposlenicima i pokazala im da i dalje brine za njih. U paketima su se našli već dobro znani proizvodi, ali i oni novi.

Sve o novitetima u asortimanu pojedinih kategorija, prigodnim blagdanskim pakiranjima i događanjima za nama čitajte na stranicama koje slijede.

Uživajte!

(Lana Miletić)

SADRŽAJ

- 4 - 15** Vijesti
- 16 - 17** Coolinarika
- 18** Tržišta
- 19 - 23** Žito
- 24** Belupo
- 25** Kultura
- 26 - 27** Sport
- 28 - 29** Recepti
- 29** Nagradna igra



Postanite dio Podravkinog biltena

Svi koji žele podijeliti svoju priču s nama, napisati nešto ili misle da postoji nešto zanimljivo što bi se moglo objaviti u biltenu, neka se jave na
e-mail: lane.miletic@podravka.hr.

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:
Korporativni marketing
i komunikacije

Urednica:
Lana Miletić

Lektura:
Tea Cikojević Prlić

Grafička priprema:
Miroslav Miletić

Tisak:
Printera

List Podravka čitajte i na:
www.podravka.hr



Podravka daruje svoje umirovljenike i jubilarce

Tradicionalna proslava koja na jednom mjestu okuplja tisuće Podravkinih umirovljenika i zaposlenika s jubilarnim brojem staža provedenih u Podravki ove je godine, zbog epidemiološke situacije, nažalost, otkazana. Ipak, Podravka je i u ovoj izazovnoj situaciji osmislila način zahvale bivšim Podravkašima i Podravkašima te za njih pripremila pakete Podravkinih proizvoda koje će im dostaviti do kućnog praga. Tako će prigodne pakete dobiti 3.435 naših umirovljenika. Posebnost Podravke je upravo u odnosu prema zaposlenicima, kako sadašnjima, tako i svima onima koji su je tijekom više od 70 godina gradili i činili uspješnom. Podravka je

jedina hrvatska kompanija koja svake godine, i to već više od 40 godina, okuplja preko 3000 svojih umirovljenika i zaposlenika s jubilarnim radnim stažem.

Prigodni paketi sadrže ukupno 7 kg Podravkinih proizvoda, među kojima su tradicionalni i najpoznatiji Podravkini brandovi poput Vegete, omiljenih juha, pekmeza od šljiva, Lino Lada namaza, ali i novi proizvodi kako bi ih i Podravkini umirovljenici, poput brojnih potrošača na tržištima diljem svijeta, imali priliku kušati.

„Biti Podravkaš je velika čast, ali i obaveza i odgovornost prema svemu što su stvarale generacije prije nas, više od 70 godina. Ono što je Podravka danas, najveća domaća prehrambena kompanija s proizvodima u više od 60 zemalja svijeta, je ujedno zasluga svih onih koji su svoj radni vijek vezali uz Podravku. Na tome im ove godine ne možemo uživo zahvaliti te smo kao izraz poštovanja pripremili prigodne pakete Podravkinih proizvoda kako bi im vrijeme koje sada više provode u svojim kućama učinili što ugodnijim“, istaknuo je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke. (R)



Podravka zaposlenici u ostvarenju

Uprava Podravke donijela je odluku o isplati jednokratne nagrade zaposlenicima Podravke u iznosu od 1.000 kuna neto s osnove ostvarenih rezultata poslovanja za prvih devet mjeseci ove godine te kao zahvalu za njihov doprinos i angažman uslijed pandemije koronavirusa.

Pored toga, u skladu s odredbama Kolektivnog ugovora Grupe Podravka, svakom zaposleniku za svako dijete do navršene 15. godine koje preko njega ostvaruje pravo na zdravstvenu zaštitu isplaćen je dar prigodom nadolazećeg Božića u vrijednosti od 600,00 kuna neto.

„Ovom prilikom želim se posebno zahvaliti svim našim radnicima na njihovom velikom doprinosu i angažmanu u jeku pandemije koronavirusa. Tijekom ove godine gospodarstvo je izloženo brojnim negativnim utjecajima,



Ovom prilikom želim se posebno zahvaliti svim našim radnicima na njihovom velikom doprinosu i angažmanu u jeku pandemije koronavirusa. Tijekom ove godine gospodarstvo je izloženo brojnim negativnim utjecajima, no pokazali smo kako je ova kompanija spremna u vrlo kratkom roku transformirati svoje poslovanje i odgovoriti na brojne izazove s kojima se svakodnevno susrećemo. Uvjerem sam da ćemo se i dalje uspješno nositi sa svim izazovima te nastaviti graditi još uspješniju Podravku.“
– naglasio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke

a nagrađuje svoje nike za njihov doprinos enju uspješnih rezultata



no pokazali smo kako je ova kompanija spremna u vrlo kratkom roku transformirati svoje poslovanje i odgovoriti na brojne izazove s kojima se svakodnevno susrećemo. Uvjeran sam da ćemo se i dalje uspješno nositi sa svim izazovima te nastaviti graditi još uspješniju Podravku.” – naglasio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke.

Podravka je tijekom ove godine već dva puta nagradila svoje zaposlenike. Tako su u ožujku ove godine zaposlenici u proizvodno logističkim cjelinama te direktno povezanim službama nagrađeni s 1.000 kuna neto za rad u tri smjene, s obzirom na tada povećane potrebe tržišta za Podravkinim proizvodima, a u srpnju je uz regres do visine maksimalnog neoporezivog iznosa od 3.000 kuna neto, također isplaćena nagrada svim zaposlenicima u iznosu od 1.000 kuna neto. (R)



Uspješna priča o Čokolinu

Prehrambeni

sinonim djetinjstva

slavi 50 godina



Sinonim za dječju hranu i djetinjstvo, Čokolino, već 50 godina, zajedno s neizostavnim likom i zaštitnikom branda, medvjedićem Linom, uve seljava sve od najmlađih dana. Oduvijek se povezuje uz bezbrižno djetinjstvo, veselje, radost, trenutke opuštanja - jednostavno rečeno, izaziva sreću. Zato ne čudi da je Čokolino hrana za sve generacije jer svojom jedinstvenom recepturom i kvalitetom izaziva izrazito pozitivne emocije, bez obzira na godine.

Kako je sve počelo

Podravka je svoju uspješnu priču proizvodnje dehidrirane dječje hrane započela prije 50 godina u suradnji s njemačkom kompanijom Dr. Ritter&Co. Na tragu prvih proizvoda na bazi grisa s čokoladom, medom i voćem razvijen je i Čokolino, sinonim za dječju hranu čija je prepoznatljivost i traženost svakim danom sve veća. Čokolino je hrana za sve generacije jer svima omogućava da iz njega dobiju ono najbolje: bilo

da je pripremljen s malo mlijeka da se može nožem rezati, rijedak da se može popiti, ili „taman“ na pola puta – on je savršen u svakom obliku.

Izgled se mijenja, ali sadržaj ostaje isti

Gotovo od samih početaka, medvjedić Lino zaštitno je lice Čokolina. Već prvih godina na pakiranju Čokolina postavljen je na bočnu stranu, da bi krajem sedamdesetih godina bio premješten na prednju, postajući tako sinonim za djeci omiljenog lika i zaštitni znak Čokolina. Pod nazivom Medolino, medvjedić se pojavljuje sve do 1995. kad postaje medvjedić Lino, što je bio zvučni i prepoznatljivi nastavak u svakom nazivu proizvoda povezanog s dječjom hranom. Od 1999. naziv medvjedića apliciran je i na kutiju, a današnji izgled Čokolino dobiva 2017. godine prilikom zadnjeg redizajna u kojem su modernizirani prepoznatljivi i neizostavni elementi Čokolino kutije: medvjedić i kućice.





Proširenje asortimana pod brandom Čokolino

S vremenom, osluškajući želje i potrebe vjernih potrošača, proširen je asortiman pod brandom Čokolino, tako da je danas moguće pronaći, uz originalni Čokolino, i Lješnjak Čokolino, Čokolino Fit, Čokolino Plus, Čokolino Baby, Čokolino Plus White te Čokolino bez glutena i Čokolino Protein Power, ovogodišnje novitete.

Čokolino Baby pripremljen je za bebe već od šest mjeseci starosti, ne sadrži dodani šećer i priprema se s vodom zbog čega je siguran već od tako rane dobi i zadovoljava potrebe mališana.

Čokolino Fit je Čokolino zlatne kombinacije i savršen odabir za one koji paze na liniju: sadrži 30 posto manje šećera, ali više vlakana.

Oni koji vole hrskati, i uz to žele dodatnu energiju, došli su na svoje uz Čokolino Plus, pahuljice sa zobenim pahuljicama, corn flakes i hrskavim žitaricama. Inačica u bijeloj varijanti, Čokolino Plus White, prvi je odabir onih koji daju prednost bijeloj ispred tamne čokolade.

Sve veći broj ljudi pazi na prehranu i unos glu-

tena, bilo

svojevoljno ili iz zdravstvenih razloga. Za njih je pripremljen Čokolino bez glutena koji im omogućuje nesmetano uživanje u poznatom i dragom okusu.

Fizički aktivni i sportski tipovi došli su na svoje s Čokolino Protein Powerom. Ovaj hranjiv obrok na bazi riže i zobi, bogat proteinima, magnezijem i vitaminima te, osim neodoljivog Čokolino okusa, pruža dodatnu snagu i upotpunjuje proteinsku prehranu.

Okus Čokolina se ne prerasta

Popularnost i prepoznatljivost Čokolina seže van granica Lijepe Naše te ga je moguće pronaći u dvadesetak zemalja svijeta, a najviše na tržištima Adria regije i Zapadne Europe. Okus, u kojem se uživa već 50 godina, tajna je dugovječnosti i obožavanja Čokolina, bilo od strane velikih ili malih. Svatko ima svoj recept za Čokolino, svoju zdjelicu za Čokolino, svoje vrijeme za Čokolino... jer odličan okus Čokolina se nikad ne preraste.

(Lana Miletić)



Čokolino s Huljićem jedna je od najuspješnijih kreativnih kampanja



Novu kreativnu marketinšku kampanju za Čokolino, s Tončijem Huljićem u glavnoj ulozi, zamijetilo je čak 84 posto ljudi u Hrvatskoj, čime je gotovo dvostruko nadmašila prosjek sličnih kampanja i postala jedna od najzamješćenijih kampanja koje su do sada mjerene, pokazalo je istraživanje agencije Ipsos. Time je potvrđeno da je kampanja koja je od prvoga dana emitiranja izazvala brojne reakcije, u konačnici ostvarila izniman uspjeh i pozicionirala se u svim tržišnim segmentima.

Podravkin Čokolino je odavno prerastao kategoriju dječje hrane i postao je omiljeni obrok svih generacija, a kako bi predstavili nove i zanimljive ekstenzije Čokolina, najveća hrvatska prehrambena kompanija Podravka i kreativna agencija McCan odlučili su ponuditi potpuno drugačiju i inovativnu kampanju. Hrabar odabir kreativnog marketinškog pristupa i suradnja s jednim od naših najplodnijih hrvatskih skladatelja Tončijem Huljićem rezultirala je uspješnim pozicioniranjem brenda. Upravo je

novog promotora, koji u TV spotu okuplja sve generacije jedne obitelji oko obroka koji spaja velike i male, čak 70 posto ispitanika ocijeni-

lo kao sjajnu poveznicu s brendom Čokolino, dok je gotovo polovica ispitanika kampanju opisala jedinstvenom, drugačijom i ugodnom



Šnijih a ikada

za gledanje.

„Čokolino je simbol djetinjstva za toliko generacija da mu reklama i nije potrebna, ali ponosan sam da je ležeran i humorističan koncept koji smo zajednički realizirali ostvario ovako spektakularan rezultat. Uz Čokolino sve nas vežu pozitivne emocije, stoga je naša namjera bila da i ton reklame bude opušten, pozitivan i veseo, a gledatelji su na to izvrsno reagirali. Posebno mi je drago da smo konačno skrenuli pažnju na činjenicu da Čokolino jedu i ljudi mojih godina – i stariji. Čokolinu i Podravci želimo još puno uspjeha, a ja sam zaista ponosan što sam bio dio njihove priče“, rekao je Tonči Huljić.

Uz jačanje pozicije jednog od najpopularnijih domaćih brendova, istraživanje koje je provedeno na nacionalno reprezentativnom uzorku ispitanika potvrdilo je da je popularni Čokolino dominantno omiljeni brend kojega čak 78 posto ispitanika smatra najpozitivnijim u odnosu na sve ostale brendove dostupne na tržištu, dok ga istodobno odabire gotovo polovica, 47 posto ispitanih potrošača.



„Osnovna namjera kampanje u kojoj je na novi i drugačiji način pozicioniran brend Čokolina bila je dodatno promovirati našu ključnu poruku, a to je da je Čokolino omiljeni obrok za sve generacije. Upravo je Tonči Huljić, kao novo zaštitno lice Čokolina, vrlo uspješno prenio tu ključnu poruku, što je potvrdilo i istraživanje koje je proveo Ipsos. Za razliku od Čokolina, koji je davno prerastao kategoriju dječje hrane, druga aktualna Podravkina kampanja, u kojoj je glavni lik mladi tata Marko Tolja, obraća se puno užem krugu potrošača, prvenstveno roditeljima s malom djecom za koje su Lino žitne kašice u svakom trenutku praktično i zdravo rješenje. Na taj način smo napravili jasnu distinkciju u komunikaciji istog brenda prema dvije različite ciljne skupine“, zaključuje direktorica Korporativnog marketinga i komunikacija Podravke Marinka Akrap.

Osim što je kampanja snažno utjecala na opći

dojam i pozitivnu percepciju, ali i naklonost javnosti prema ovom popularnom brendu, slijedom čega je trećina ispitanika izrazila dodatni poticaj za kupnju i konzumaciju Čokolina, rezultati istraživanja agencije Ipsos pokazali su da je nova kampanja uspješno pozicionirala i ekstenzije Čokolino Fit, Plus, White, Protein i novi, posebno tražen, Gluten free, nastale upravo na temelju osluškivanja potreba potrošača. Različite generacije okupljene u kampanji uspješno su osnažile prepoznatljivost različitih okusa Čokolina među korisnicima, ali i među onima koji do sada nisu u većoj mjeri konzumirali Čokolino. Zanimljivo je da pritom čak 64 posto ispitanika prepoznaje dvije ekstenzije, Čokolino Plus i Čokolino Fit, dok je više od polovice dosadašnjih nekorisnika, 53 posto, upravo kroz ovu kampanju koja ga je pozicionirala na tržištu i upoznao Čokolino Gluten Free. (R)



Lino Lada Gold širi pozitivne vibracije

Blizi se vrijeme darivanja, a ima li ljepšeg od dijeljenja pozitivnih emocija i to posebno onih obogaćenih okusom tamne lješnjak kreme i hrskavih komadića lješnjaka odjevenih u različite boje koje asociraju na ljepotu želje?!

Lino Lada Gold 900 g u poznatom zlatnom ruhu okrunjena raznolikim bojama krune posebno je izdanje dobro poznatog i višekratno nagrađivanog kremnog namaza besprijekorne kvalitete. Pomno dizajnirano pakiranje na kojem je svaka poruka obojena u svoju boju potaknut će zalju-



bljenike u taj vrhunski proizvod da ga podijele sa svojim najbližima birajući poruku koja najviše dočarava emociju koju im žele prenijeti.

Crvena boja na vrhu pakiranja zove da se „Probudi ljubav!“, narančasta krije nakanu darivanja porukom „Pokloni od srca!“, zelena

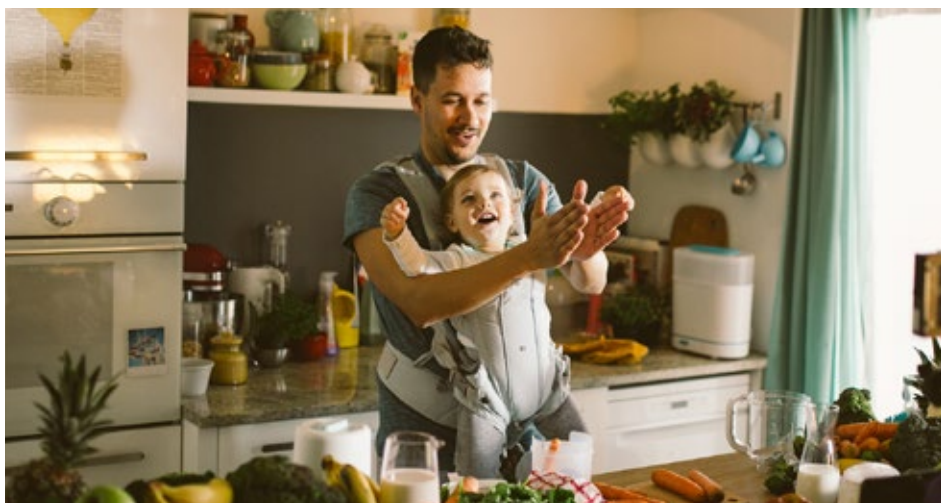
podsjeca da se svakom „Podijeli osmijeh!“ dok nebesko plava odašilje želju: „Ostvari snove!“

Prigodna pakiranja zlatnog namaza dodatna su nagrada potrošačima, a ljepote poruka raznježit će i one „najtvrdje lješnjake“.

(Lana Miletić, Nina Lončarić)

Nova kampanja za Lino dehidriranu dječju hranu

Lino i Tolja udružili snage i pripremili prirodno i fino za najmlađe



Novopečeni roditelji, ali i oni s već nešto prakse „u nogama“, znaju da nije uvijek najjednostavnije odraditi svoju dužnost. Kako

bi olakšao posao roditeljima, a djecu učinio zdravima i zadovoljnim, Lino ima svoj asortiman dehidrirane dječje hrane. Noviteti u



asortimanu, Čokolino Baby i Zobelino sa šljivom, ali i dobro poznati Frutolino i Rižolino proizvodi su prilagođeni djetetovim potrebama od najranije dobi: https://youtu.be/omR7_aMYO1M

Marko Tolja, kao „friški“ otac, otpjevao je što se sve promijenilo otkad je dobio dijete te pokazao koliko mu je Lino bio velika podrška i pomogao u prvim mjesecima roditeljstva: https://youtu.be/DvOJ_0eMT58

Dugogodišnje partnerstvo Kvikija i Reboota se nastavlja

Reboot Online Games Week, najveći regionalni online medijski event i games show, inačica je popularnog Reboot Info-gamer sajma koji se ove godine održava u najsigurnijim uvjetima: online. Bez obzira na izmijenjene uvjete, Kviki je i dalje službena grickalica eventa te ima vlastiti Battle Royale Showdown u kojem će regionalne YouTube gaming zvijezde odigravati mečeve u popularnim igrama sa

svojim fanovima.

Osim Battle Royale Showdowna, Kviki će ove godine iznenaditi nasumičnim pojavljivanjem tijekom sedam dana trajanja događanja, od 23. do 29. studenog. Najbrže i najpažljivije gledatelje i sudionike Reboot Online Games Weeka očekuju vrijedne nagrade, stoga trk na <https://rebootonlinegamesweek.com/> i „hvatajte“ Kvikiu!



Novi Lino pokloni za dobro znane igre Sakupi sve Lino poklone, a dupliće „đoraj“ s ekipom



Hrskavi okus čokolade izvana, meko, ukusno punjenje Lino Lade iznutra. Ili pak hrskave kombinacije čokolade, u obliku loptica ili medvjedića? Pa što se više može poželjeti za doručak, međuobrok ili večeru osim Lino žitarica?

No Lino nije tako skroman kad se radi o darivanju svojih vjernih kušača, stoga, osim ukusnih žitarica dodatno daruje kroz posebna pakiranja.

Jastučići punjeni Lino Ladom, bilo Milk ili Nougat, te Lino Crunch, Crunch duo i Njammy od sada donose atraktivne poklone koji omogućuju spoj najvažnijih aktivnosti: učenja i zabave. Svaki od proizvoda Lino žitarica, koji se nalazi pakiran u kutiji, donosi sa sobom i poseban Lino poklon.

Tako je Lino pripremio skakutave loptice hopsice koje nose njegov lik. Mogu se pronaći one s likom Lina kao nogometaša i Lina kao astronauta. Za one koji vole nakit pripremljen je Lino prsten koji će upotpuniti svaku modnu kombinaciju, a tu su i gumice za brisanje koje nose medvjedića Lina kao vatrogasca i kao frajera. Za slučaj da se do-

bije isti, uvijek je moguće popularno „đoraj“ nje. Tko zna, možda neke od prvih ljubavi započnu baš zbog Lino prstena.

Nova komunikacija

A što je to posebno što sadrže Lino pillows Milk i Nougat saznajte od razigranog Lino pjevača u prigodnom spotu, dok će Lino mađioničar, kroz svoje čarobiranje, opisati magično djelovanje Lino Crunch, Crunch duo i Njammy žitarica.

(Lana Miletić)



Novi Podravka funkcionalni čajevi – u skladu s prirodom

Pozitivan utjecaj na organizam i imunitet kroz samo jednu šalicu čaja moguć je zahvaljujući novitetima u asortimanu Podravka čajeva. Podravka funkcionalni čajevi kombinacija su biljaka, začina i pravih čajeva koji zbog svojih odabranih sastojaka blagotvorno djeluju na tijelo i duh. Dolaze u četiri nova okusa, sastavljeni isključivo od prirodnih sastojaka, bez umjetnih aroma i drugih dodataka.

Vježbanje, plivanje, bicikliranje, planinarenje? Ili bilo koja druga aktivnost po vašem izboru, svejedno je! Podravka čaj Aktivnost će vas podići, aktivirati, stimulirati. On je izvor

dodatne energije, najbolji partner u nastojanjima da u zdravom tijelu uistinu boravi i zdravi duh zahvaljujući kombinaciji tulsija i ginsenga.

Podravka čaj Harmonija nudi priliku da u svoju svakodnevnicu uvedete mali, topli ritual uravnoteženja života. Zamijenite stres bezbrižnošću, a napetost mirom. Uskladite se s prirodom zahvaljujući blagotvornom djelovanju kurkume i đumbira te mirisnim tonovima cimeta i rooibosa i uživajte u uravnoteženom životu bez stresa.

Priroda nas brani i čuva, posebno u zimskim

periodima. A Podravka čaj Otpornost ima ono najbolje od prirode što štiti i kad ste najizloženiji vanjskim utjecajima. Tajna leži u ehinaceji, kadulji, limunu i bazgi koji omogućuju bezbrižne šetnje i aktivnosti i na hladnom zraku.

Blaga, smirujuća mješavina valerijane, matičnjaka i marakuje nježno obara s nogu. Uz Podravka čaj San redovne brige i problemi ostaju dio dana, a noć čine mirnom, s kvalitetnim snom i odmorom. Napravite mali večernji ritual i uživajte u carstvu snova.

(Lana Miletić)





Novi proizvodi iz Eva asortimana

Kao što već sigurno znate, Eva je omiljeni brand u percepciji potrošača u kategoriji ribljih proizvoda u regiji i, uz već prepoznatu kvalitetu, svoje potrošače kontinuirano iznenađuje i novim, inovativnim proizvodima.

Ovog puta za sve „riboljupce“ i ljubitelje novih okusa pripremili smo liniju delikates proizvoda u kojoj su prvoklasni komadi ribe obogaćeni namirnicama koje ih dodatno oplemenjuju.

Eva skuša fileti sa sušenom rajčicom sadrže filete prvoklasne skuše i slatke sušene rajčice. Izuzetan okus i prirodan izvor vrijednih omega-3 masnih kiselina zaštitni su znak Eva skuša fileta. A kad ih još obogatimo sušenim rajčicama, koje su same po sebi već itekako

delicija, dobili smo vrlo ukusan proizvod s dodanom vrijednošću jer sušena rajčica ima sačuvane sve nutritivne vrijednosti rajčice u svježem obliku. Na ovoj posebnoj kombinaciji sastojaka bit će vam zahvalno i nepce, ali i cijeli organizam.

A kad se pak povežu komadi Eva tune i Podravkin blagi ajvar od pečene paprike, dobije se delikatesa u pravom smislu, **Eva tuna s ajvarom**. Bilo da ga koristite samostalno u sendviču ili na brusketi, ili ga upotrijebite za izradu umaka uz tjesteninu, dobili ste pravu poslasticu i savršenu harmoniju novog okusa. Uz ove nove proizvode iz delikates linije, i svoj standardni asortiman obogatili smo s još novih proizvoda u ukusnom provansalskom

umaku. To su **Eva skuša a la provencale** i **Eva tuna a la provencale**.

Umak, u kojem glavnu riječ vode bijelo vino, mrkva, krastavci, crvena paprika i provansalski začini, Eva skuši ili tuni daju još veću sočnost te blagu dozu pikantnosti.

Zbog raznolikog povrća od kojeg je načinjen provencale umak, on svako jelo učini nutritivno bogatim. S druge strane bijelo vino, kao dodatak pravim gurmanskim jelima, umaku daje „šmek“ i punoću. Zbilja je bilo logično da u takvo što ubacimo komadiće fileta skuše ili tune. Jer najbolje ribe zaslužuju najbolje gastro društvo, a to je bez sumnje provencale umak što ove proizvode čini savršenim izborom za sve ljubitelje ribe i vina. (R)

Isprobajte Podravka AR filter i osvojite nagrade Gdje ste kad vas uhvati glad?

Podravka pašteta mažu se samo tako, to svi znaju. No gdje vas sve može uhvatiti glad za paštetom, i gdje ju sve možete smazati, e to tek trebamo vidjeti. Zato je pripremljen fora AR paštetni filter s različitim porukama. Sve što treba napraviti je skinuti Podravka pašteta Instagram filter, s njim snimiti kreativni public Story video i označiti ga s @podravka_hrvatska i #sa-

momazi. Jednostavno, zar ne? Kao mazanje Podravka paštete.

Nagradni natječaj traje do 2. prosinca, a odvija se u četiri tjedna perioda. U svakom periodu birat će se troje najkreativnijih sretnica i sretnika te će se svakog tjedna dijeliti različite nagrade.

Još vas nismo nagovorili? Pazite sad!

U finalnom tjednu nagradne igre možete

osvojiti:

PlayStation®5

Ili jedan od poklon paketa:

Torba s Podravka paštetama, kišobran i 2 maskice za lice

Topla dekica i 2 šalice

Sad je već zainteresiranost porasla, zar ne? Ne čekajte i ne duljite, preuzmite AR filter, dajte mašti na volju i budite sretni osvajač ili osvajačica odličnih nagrada.

Više o samom natječaju i pravilima možete naći na: <https://www.coolinarika.com/samomazi/>



Movember je na zalasku, no Majstor Vas svojim poznatim brkom podsjeća da i dalje brinete o svom zdravlju

Svojim poznatim brkom Podravkin Majstor također sudjeluje u hvalevrijednoj akciji „Movember“ i podsjeća nas da brinemo o vlastitom zdravlju. Kao što znamo, velik dio našeg zdravlja je i pravilna, nutritivno izbalansirana prehrana. Majstor nam i u tom dijelu itekako ima što ponuditi kroz svoje pomno pripravljene delicije. Naravno, Majstor ne daje olako naziv „delicija“, tako njegove trajne kobasice Vinka i Blaženka ponosno nose Super Taste Award zvjezdicu, dok Vatroslava nosi njih čak dvije. Ove nagrađivane kobasice bez laktoze, bojila i glutena, pravi su i

provjereni odabir na Vašem stolu.

S druge strane, Grill Majstor kobasice: Grofica, Zdenka, Pepica i Špinatka, također su bez glutena, bogate proteinima i s prirodnim ovitkom. Iako je sezona roštiljanja na otvorenom gotova, ove će kobasice biti profinjenog okusa i s grill tave te će donijeti dašak ljetnih druženja u Vaš dom.

Majstor stoga o nama ne brine samo gestom brka ili porukama, nego i konkretnim mesnim delicijama koje će zadovoljiti naše nutritivne potrebe. **Djela**, a ne samo riječi, kaže Majstor! (R)



Zlato polje i poznati ponovno pomažu s odabirom riža

Dugo zrno, kratko zrno, integralna, bijela, arborio, basmati, samo su neke od riža koje se mogu pronaći i iskoristiti u pojedinom jelu. Ali kako izabrati onu koja će najbolje pristajati uz željeno jelo? U Zlato polju su pripremili Vodič kroz riže za sve one koji još uvijek ne znaju koja je riža najbolja za pripremu pojedinog jela. A da je pomoć potrebna oko izbora baš prave riže, potvrdili su i poznati influenceri. Hungry Mile se zaželio bogatstva okusa i šarenila iz jednog lonca pa se odlučio za Zla-

to polje Sant' Andrea rižu koja je na njegov tanjur donijela dašak Meksika. Bučom, pravom kraljicom jeseni se pozabavila Andrea Cukrov, i pritom je uparila sa Zlato polje 3 žita u kombinaciji variva. Doris Pinčić Rogoznica se poigrala mesom i Zlato polje rižom za Domaća jela te pripremila ukusne čufte, a Sandra Rončević je pripremila Zlato polje Arborio rižu kao prilog glavnom jelu i nadaleko poznati rizi-bizi napravila u varijanti s mladim špinatom.





Podravka se predstavila na najvećem kineskom sajmu uvoznih proizvoda

Kinesko tržište je tržište velikog potencijala, no i veoma izazovno tržište. Ono zahtijeva temeljitu pripremu terena za ulazak, što je zahtjevno zbog značajnih razlika u ponašanju kineskih potrošača od nama poznatih Europljana. Vrste namirnica, način pripreme hrane, kupovne navike čine Kinu bitno različitim, kompleksnim i zahtjevnim tržištem. Ipak, Podravkini proizvodi imaju prostora za uspjeh i na takvom izazovnom tržištu.

Najveći kineski sajam uvoznih proizvoda u Šangaju jedan je od najboljih načina za ulazak na kinesko tržište. To je mjesto na kojem se upoznaje (potencijalne) lokalne i nacionalne klijente, prezentira im se vlastite proizvode i inicira uspostava suradnje. Na ovogodišnjem sajmu Podravka se predstavljala u partnerstvu s Hrvatskom gospodarskom komorom. Svoju podršku u sajamskom nastupu pružio je i lokalni komercijalni partner Podravke, tvrtka



Pura Shanghai.

Na sajmu su prezentirani Vegeta Natur proizvodi te Lino Lada Gold koji su odlično prihvaćeni i od strane potrošača i komercijalnih klijenata te se od njih očekuju i značajniji internacionalni iskoraci. (Lana Miletić)

OD SRCA SRCU

- SUPA BROJ 1*
- 32 MILIONA TANJIRA GODIŠNJE
- SIGURAN IZBOR

PODRAVKA

Nova kampanja za Kokošju juhu na tržištu Srbije

Na tržištu Srbije, tijekom studenog i prosinca, provodimo kampanju za Podravka Kokošju juhu. Podravka Kokošja juha, s prepoznatljivom ikonom pijevca i tradicijom preko 60 godina, najprodavanija je juha na tržištu Srbije! Potvrđuju to zadnji Nielsen paneli, za period kolovoz / rujna 2020.

Podravka Kokošja juha siguran je i pravi izbor za potrošača – čak 32 milijuna tanjura godišnje, napuni se ovom juhom na tržištu Srbije! (R)

Nova kampanja za Podravka bogate juhe na tržištima Hrvatske i Bosne i Hercegovine

Podravka bogate juhe u fokusu su kampanje koju provodimo u studenom na tržištu Hrvatske, a tijekom prosinca na tržištu BiH. Svojom gustom i bogatom konzistencijom ove juhe pružaju ukusan i zasitan obrok te mogu biti i glavno jelo! Idealne za jesensko-zimske dane, kada svi tražimo topao obrok na žlicu.

Bogate juhe promoviramo u sklopu nove komunikacije za juhe, kroz koju do potrošača želimo prenijeti pozitivne emocije, a uz pjesmu „U životu je važno“ prenosimo poru-

ku značaja juhe uz važne stvari jer... kad se iznese juha, nešto se lijepo zakuha!

Pozitivne emocije prenosimo i putem online kampanje u kojoj potrošači na poveznici mogu preuzeti kolaž na kojem mogu aplicirati (uploadati) slike svega št o im je u životu važno, uz pisanje personalizirane poruke, a kolaž mogu poslati osobi kojoj je poruka namijenjena.

Zakuhaj maštu, izradi kolaž i uživaj u najljepšim osjećajima koje ti donose Podravka bogate juhe! (R)





Izvučeni sretni dobitnici Fant nagradne igre

„Fant ti daruje vrijeme za tebe“



U želji da se nagradi vjerne potrošače, podsjetiti na novitete u asortimanu, ali i stekne nove potrošače, pripremljena je nagradna igra „Fant ti daruje vrijeme za tebe“. U razdoblju od 8. listopada do 8. studenog bilo je potrebno kupiti četiri Fant proizvoda, od kojih je barem jedan Fant Zapečena piletina s 4 vrste sira ili neki od Fant umaka te se prijaviti i priložiti račun na kojem je vidljiva kupnja.

U nagradnoj igri sudjelovalo je preko 900 potrošača, a njih 20 najsretnijih osvojilo je nagrade. Glavna nagrada, 20.000 kuna na potrošačkoj kartici otišla je u Viroviticu Saneli Knežević, dok je pet Roomba usisivača i 14 nagrada s wok tavom, kuhačom i Fant poklon paketom otišlo diljem Hrvatske. Dobitnike možete pronaći na sljedećoj poveznici: <https://fantfanta-sticno.podravka.hr/>

Ova nagradna igra s fokusom na moderni Fant asortiman uključila je komunikaciju na digitalnim platformama Podravke, ali i posebno

označavanje proizvoda na policama s informacijama o nagradnoj igri. Rezultati prodaje vezani na period trajanja nagradne igre su dobri tako da je nagradna igra, osim za dobitnike, bila uspješna i za kompaniju. (Lana Miletić)



Retro kocke

Asortiman Podravka bujona proširen je novim proizvodima: Podravka retro kokošjom kockom i Podravka retro goveđom kockom, u pakiranjima od 60 i 120 grama. Ove kocke se svojim konceptom naslanjaju na naše legendarne juhe – Kokošju i Goveđu juhu s tjesteninom – prije svega svojim profilom okusa, ali i vizualnim dojmom, dizajnom. Na ovaj smo način potrošaču osigurali

prepoznatljiv proizvod, jedinstvenog domaćeg okusa, koji uvijek daje sigurnost da će jelo uspjeti. Istovremeno, korištenjem ikonskih ilustracija pijevca i kravice u dizajnu jačamo i emocionalnu povezanost potrošača s brandom.

Retro kocke mogu se već sada pronaći na policama u Hrvatskoj (Konzum), Sloveniji i BiH, a u ostatku Adria regije s početkom 2021. godine.

U planu je i širenje izvan Adria regije u narednom periodu, primarno na tržištima s jakom populacijom potrošača s područja Adria regije. Vjerujemo da ćemo zahvaljujući ovim proizvodima uspješno odgovoriti na mnoge izazove u kategoriji bujona te ponuditi potrošaču visoku kvalitetu i omiljeni poznati okus, uz prihvatljivu cijenu. (R)



Sedam toplih napitaka koje ćete uživati ove jeseni

Uživajte u okusima i učincima sedam slasnih i mirisnih toplih napitaka koji su kao stvoreni za tamne, mokre i hladne jesenske i zimske dane

Što je vani hladnije, to su naši napitci topliji. Doista, kad su dani tamni, hladni i mokri, ništa bolje ne grije i tijelo i dušu od toplih napitaka na bazi čaja, kaka, čokolade i mlijeka. Dodamo li tomu još i mirisne začine poput cimeta, vanilije i klinčića te tučeno slatko vrhnje ili med, naši omiljeni jesensko-zimski napitci postaju još ukusniji i učinkovitiji. Stoga se na njihov zamamni miris, slastan okus i zajamčeni učinak možemo osloniti u bilo koje doba dana i noći. Topli napitci od jutra do večeri, ovisno o našim potrebama, reduciraju stres, smiruju, opuštaju i usređuju, a uvečer uspavljaju i osiguravaju bolji i dublji san te tako i učinkovit noćni odmor. Osim u svim prilikama i neprilikama, gode i u svim situacijama, primjerice kad s najbo-

ljom prijateljicom pretresamo događaje od proteklog tjedna, kad s ljubavi svojeg života uživamo u omiljenom filmu ili kad se s najmilijima opuštamo uz novu epizodu obiteljske tv serije. Naravno, omiljeni topli napitak nezamjenjiv je i kada smo skupčani ispod dekice s knjigom u ruci i kad s prijateljima bučno proslavljamo neki važan događaj. Stoga što prije iskušajte okus i učinak sedam savršenih toplih napitaka te sebi, svojoj obitelji i prijateljima uljepšajte nadolazeće tamne i hladne, ali nasreću i jako romantične jesenske i zimske dane.

Pikantni čokoladni napitak za one koji vole neobične okusne kombinacije!

Pikantni čokoladni napitak maštoviti je koktel sastojaka koji će svojim okusom oduševiti stare i vrbovati mnoge nove ljubitelje napitaka pikantnih okusa. Naime, njegove su čari rezultat fine i maštovite sinergije čokolade, šećera, cimeta, čilija, crnog vina i prošeka te, vjerovali ili ne, češnjaka!!!!

Čileanski napitak za zaljubljenike u zvijezde!

Slastan, pjenasti mliječni Čileanski napitak



tak na bazi mlijeka, šećera, vanilin šećera i žumanjaka kao da je osmišljen za zaklete romantičare koji često noću, sami ili zagrljeni udvoje uživaju u pogledu na mliječnu stazu i maštaju o teleportiranju među zvijezde ove romantične galaktike.

Lino Lada napitak sa šlagom za malu, veliku i odraslu djecu!

Sasvim je razumljivo da će se slasni Lino Lada napitak sa šlagom od u vrućem mlijeku rastopljene Lino Lade Nougat, sa šlagom i čokoladnim mrvicama svidjeti djeci. No, s istim postotkom sigurnosti i bez prethodnog ispitivanja sasvim je jasno da će se među njegove obožavatelje upisati i brojne mame, tate, bake, djedovi, tete...

MN: Vruća čokolada s đumbirom za obožavatelje funkcionalnih napitaka!

Kako u sebi skriva i istočnjački začim poznat po svojim brojnim ljekovitim svojstvima, ali i posebnom šarf okusu, vruća čokolada s đumbirom zasigurno će postati omiljeni zimski napitak svih onih koji vole napitke koji su istodobno i ukusni za nepce i korisni za zdravlje.

Fini topli napitak za ljubitelje napitaka s anti-aging misijom!

Fini topli napitak novi je i drukčiji napitak od posebnog mirisnog i neobično ukusnog roiboos čaja (nadopunjenog okusima mlijeka i cimeta!) koji osim što godi imunitetu, ima i anti-aging učinak na kožu pa je kao stvoren i za sve brojnije fanove napitaka za njegu iznutra.



pitaka u kojima jeseni i zime



Vrući karamel napitak za povratak u toplu bakinu kuhinju!

Vrući karamel napitak koji svojim okusom i mirisom podsjeća na ljekoviti prženi šećer s mlijekom koji su nam, najčešće protiv grlobolje, spremale naše bake, napitak je koji će nas vratiti u prošlost, u dane djetinjstva te zagrijati i tijelo i dušu.

Čokoladni menta čaj za štovatelje engleske tradicije ispijanja čaja!

Bez sumnje u čokoladni menta čaj, koji svojim profinjenim okusom podsjeća na obožavane čokoladice, zaljubiti će se svi koji, baš kao i Englezi, znaju da je svakodnevno uživanje u šalici vrućeg čaja sjajno i ukusno rješenje za brojne probleme i uljepšavanje svakodnevice.

(Valerija Rodek)



Podravka na Podgoričkom maratonu

U nedjelju, 1. studenog, u glavnom gradu Crne Gore održan je 27. Podgorički maraton. Riječ je o jednom od najprestižnijih maratona u jugoistočnoj Europi, a sama manifestacija je uvrštena u službene kalendare balkanske, europske i svjetske atletske federacije. Osim maratona i polumaratona, održane su i utrke zadovoljstva na 5 i 10 kilometara. Zbog aktualne zdravstvene situacije ove je godine bilo manje sudionika nego inače, većinom natjecatelji iz Crne Gore uz par sudionika iz regije i inozemstva.

Kompanija Podravka je tradicionalni sponzor ove manifestacije. Sama manifestacija je bila



idealna prilika da se sudionicima podijele uzorci novog Čokolino Protein Power proizvoda s obzirom da je proizvod namijenjen fizički aktivnim korisnicima. Posjetitelji su također imali priliku družiti se s Lino maskotom, a ovo je druga godina zaredom da Podravka sudionicima maratona dijeli uzorke Čokolino proizvoda – prošle godine su dijeljeni uzorci Čokolino Fit i Plus proizvoda. (R)



Podravka započela prodaju Zlato polje kruha i peciva u najvećem hipermarketu u Crnoj Gori

Na najvećem prodajnom mjestu u Crnoj Gori, HDL diskontu u Podgorici, započela je prodaja iz asortimana dopeke Zlato polja. Ovo je značajan iskorak s obzirom da na tržištu Crne Gore još uvijek nije razvijen ovakav model pripremanja kruha i peciva. Kao podrška lansiranju novih proizvoda napravljen je brending police, odrađena je promocija na prodajnom mjestu gdje su potrošači kroz informativne letke i pripremljene uzorke za degustaciju mogli dobiti i odgovore na sva pitanja vezana za novi asortiman.

Osim standardne jutarnje smjene kada je



kupovina kruha i peciva najveća, hostesa je i u poslijepodnevnom terminu bila na raspolaganju kako bi potrošačima iskomunicirala jednu od glavnih prednosti dopeke – da svježe i tek pečene proizvode Zlato polja mogu kupiti i u poslijepodnevnim satima.

Veliki broj potrošača koji imaju naviku konzumacije različitih vrsta kruha (a ne samo

klasičnog pšeničnog) je bio zainteresiran da sasluša kratku prezentaciju, degustira i preuzme informativni letak s detaljnim opisom proizvoda. Potrošači kao glavne prednosti navode svježinu, specifične okuse, mogućnost čuvanja od par dana bez promjene okusa i teksture i to što ih Zlato polje kruh podsjeća na pravi domaći kruh. (R)

Potpora programu ROZA

Udrugi Europa Donna Slovenija predano 5.000 eura

Žito i Lidl Slovenija su Udrugi Europa Donna – slovenskoj udruzi za borbu protiv raka dojke – predali donaciju u visini od 5.000 eura. Sredstva koja su tvrtke u zajedničkoj kampanji prodajom kruha ružičasti listopad (roza oktober) prikupile u listopadu, mjesecu podizanja svijesti o raku dojke, koristit će se za potporu programu ROZA.* On nudi psihosocijalnu podršku pacijenticama, njihovoj djeci i ostalim bližnjima pacijentata s rakom dojke i maternice.

Kruh ružičasti listopad osmišljen je posebno za ovu zajedničku kampanju tvrtki Žito i Lidl Slovenija. Naime, tvrtke su donirale 0,5 eura od svake prodane štruce kruha za program ROZA, koji provodi Europa Donna – slovenska udruga za borbu protiv raka dojke. Osim prikupljanja sredstava za donaciju, projekt je također imao cilj podizanja svijesti kupaca i zaposlenika obje tvrtke o ovom najčešćem obliku zloćudne bolesti kod žena u razvijenom svijetu.

„Iskreno se zahvaljujem tvrtkama Žito i Lidl Slovenija na zajedničkoj inicijativi kojom smo obilježili ružičasti listopad, mjesec svijesti o raku dojke i skrenuli pažnju na važnost brige o vlastitom zdravlju. Hvala svim kupcima koji su pridonijeli uspjehu kampanje kupnjom kruha ružičasti listopad. Prikupljena sredstva koristit će se za provedbu programa ROZA koji nudi ženama i njihovim bližnjima podršku u suočavanju s dijagnozom raka“, rekla je Radka Tomšič Demšar, potpredsjednica Udruge Europa Donna Slovenija, u znak zahvalnosti pri predaji donacije.

„Kod stvaranja kruha ružičasti listopad postavili smo si cilj da novi kruh s najboljim sastojcima



tijelu daje energiju i dodatnu snagu volje te istodobno s naljepnicom za kruh s ružičastom vrpcom nosi poruku podizanja svijesti o prevenciji raka dojke, kao i o važnosti zdrave prehrane i brige za svoje zdravlje. Drago nam je što je naš cilj postignut. Prodajom kruha ružičasti listopad zajedno s tvrtkom Lidl Slovenija prikupili smo čak 5.000 eura, za koje vjerujemo da će pridonijeti provedbi programa ROZA“, rekla je Karmen Pangos, generalna direktorica Žita.

Lilijana Remich, direktorica zajedničkih službi u tvrtki Lidl Slovenija, dodala je da su se zajedno sa Žitom, koji je ujedno i dugogodišnji partner tvrtke Lidl Slovenija, ove godine s ružičastom pričom pozabavili izravno na prodajnim policama. „Prikupljeni iznos dokaz je da su Lidlovi kupci kruh ružičasti listopad, koji je bio dio pe-

karske premijere mjeseca, odlično prihvatili. Bio je dostupan i našim zaposlenicima, koji su ga dobili u nešto manjoj verziji, zajedno s vrpca i informativnim brošurama povodom Dana zdravih dojki. Uz to, petu smo godinu zaredom na našim komunikacijskim kanalima, posebno u aplikaciji za zaposlenike, pripremili brojne sadržaje za zaposlenike koji podižu svijest o važnosti prevencije i brige o sebi te smo tako u okviru akcije nasumično odabrali tri zaposlenice koje su dobile besplatan klinički pregled dojki.“

Osim podizanja svijesti kupaca prodajom kruha, Žito i Lidl Slovenija provodili su i druge aktivnosti podizanja svijesti. Tako su u listopadu pripremili brojne sadržaje o važnosti prevencije raka dojke i važnosti preventivnog (samo)pregleda. Sadržaje su dijelili na svojim društvenim mrežama, web-stranicama i u internim biltenima, kao i putem drugih kanala interne komunikacije sa zaposlenicima u obje tvrtke. Konkretno, obilježili su 15. listopada, Dan zdravih dojki, tako što su zaposlenici dobili ružičaste vrpce, brošure za podizanje svijesti i kruh ružičasti listopad. Dan je, naime, namijenjen širenju informacija o važnosti zdravlja dojki i podizanju svijesti o prevenciji te ranom otkrivanju raka dojke kod žena i djevojčica. (R)

* Program ROZA je razvojni program sa sadržajima, alatima i mjerama za psihosocijalno jačanje i zdravu aktivaciju žena s iskustvom raka dojke i maternice, koji uključuje i obitelj i bližnje. Cilj programa je postizanje boljeg psihosocijalnog zdravlja, smanjenje nejednakosti u zdravlju, poboljšanje kvalitete života s naglaskom na psihosocijalne metode i pomoć pacijenticama, njihovim obiteljima i bližnjima te podizanje svijesti šire javnosti.





Predstavljeni u projektu novina Finance Tovarna leta

KRUH PECIVO MAR

Žito se ove godine prijavilo za projekt novina Finance Tovarna leta. Nismo se uspjeli uvrstiti među finaliste, ali stekli smo puno iskustva sa samim kriterijima postupanja, „postavili si ogledalo“, saželi dosadašnja postignuća, povezali se kao tim te utrli put za buduća poboljšanja i ažuriranja u uvođenju tehnologije 4.0

Tako smo u okviru procesa izbora u novinama Finance predstavljeni izvrsnom reportažom koja je u potpunosti dostupna na web-stranicama novina Finance i to je bila odlična promocija za Žito i Podravku te pekarsku djelatnost. Ovdje dajemo pregled bitnih dijelova onako kako ih je tijekom posjeta Teznom opisala novinarka Sabina Petrov koja je našu najveću slovensku pekaru u kojoj svakodnevno ispečemo 50 tona kruha, pekarskog peciva i slastica, a godišnje 13 tisuća tona, sažela u zanimljivoj reportaži nastaloj iz razgovora s našim stručnjacima.

Tim novina Finance pogledao je proizvodnju, pečenje i pakiranje svježih štruca, polupeče-



nog pekarskog peciva te posljednju fazu pripreme slastica u Žitovom profitnom centru Kruh pecivo Maribor. Na pet linija proizvodi se oko 600 vrsta različitih proizvoda. Od toga 450 različitih pekarskih proizvoda, 30 vrsta pekarskog peciva i 120 različitih slastica.

RAČUNALNO UPRAVLJANJE LINIJAMA

Kao što je objasnila Irena Kurent, direktorica profitnog centra Kruh pecivo Maribor, trenutna se moderna pekara u Teznom prema raspršenim jedinicama prije konsolidacije dijeli na kontinuirane linije koje su u potpunosti automatizirane u pojedinim dijelovima, standardizirane procese kojima se upravlja u okviru

sustava MES za upravljanje proizvodnjom te na rad zaposlenika. Tako se s fizičkog rada u kojem se podrazumijevalo da iskusni pekari ručno doziraju sirovine, podižu proizvode na otvorenom, ručno stavljaju tijesto u peć te je naposljetku ručno pale prešlo na računalno upravljanje automatiziranim linijama i procesima. Danas zaposlenici pekare rade na radnim mjestima kao što su mikser, operater linije na komorama za dizanje i pećima te operater pakiranja proizvoda, svježih i zamrznutih.

DO VEĆE PRODUKTIVNOSTI S LEAN PROIZVODNjom

Mariborska pekara prva je među Žitovim pekarskim poduzećima koja je 2015. počela pri-



IBOR U REPORTAŽI



mjenjivati principe lean proizvodnje. Kao što je rekao Sandi Svoljšak, direktor proizvodnje u poduzeću Žito, slijedili su iskustva i dobre prakse proizvođača automobila kako bi u danom vremenu učinili što više.

Primjenom principa lean proizvodnje – bolje planiranje rada, učinkovitiji sastanci, bolja komunikacija, brže uklanjanje pogrešaka, uvođenje sustava manjih poboljšanja, uređenje i transparentnije radno okruženje, praćenje učinkovitosti pojedinih linija (OEE) i slično – uspjeli su povećati produktivnost za desetinu.

S PROIZVODIMA I U KINI, AUSTRALIJI I KANADI

Mariborska pekara, koja svojim proizvodima opskrbljuje šire područje Štajerske, svake godine proizvede gotovo 13 tisuća tona svježih i zamrznutih pekarskih proizvoda te slastičar-





skih pekarskih proizvoda.

Za usporedbu – svih osam pekara Žito zajedno godišnje proizvede 24 tisuća tona kruha i sedam tisuća tona pekarskih proizvoda, koje isporučuju na 2.469 prodajnih mjesta. Otprilike trećina se u obliku zamrznutih proizvoda izvozi u 15 zemalja svijeta.

Više od polovine proizvodnje mariborske pekare, odnosno sedam tisuća tona, čine polupečeni proizvodi koje na prodajnim mjestima trgovci peku do kraja. Iz hladnjače odnosno visokoregalnog skladišta koje ima 900 paletnih mjesta svakodnevno ih odvozi pet do šest 20-tonskih kamiona s 33 paleta proizvoda u svakom, objasnio je Vili Bolner, voditelj skla-

dišta.

SVJEŽEG ČAK 4 TISUĆE TONA

U ukupnom sastavu proizvoda svježi kruh čini 32 posto, a godišnje ga se u Mariboru proizvede četiri tisuće tona. Godišnje se ujedno proizvede 600 tisuća kilograma svježeg pekarskog peciva, odnosno pet posto proizvodnje. Kolači, orahnjače, slastice (kremšnite, svježe tortice i slastice u čašicama) imaju udio od 7 posto u ukupnoj proizvodnji, a godišnje ih se proizvede više od 900 tisuća kilograma ili dobrih 49 milijuna komada. U dvije dnevne smjene proizvode se polupečeni pekarski proizvodi, pekarsko pecivo i slastice, a noću se

pripremaju svježi pekarski proizvodi. Dnevno ih se proizvede oko 50 tisuća kilograma na pet proizvodnih linija. Od toga je 15 tisuća kilograma svježih proizvoda, 30 tisuća kilograma pekarskih proizvoda, 2 500 kilograma slastica te 2 500 kilograma kolača i orahnjača. Prema riječima Irene Kurent narudžbe za polovinu proizvodnje dobiju dan prije.

NAKON PONOĆI VRLO JE ŽIVO

Svježe hljepećice i štruce različite gramaže otprema se u dva sata ujutro zajedno s pekarskim pecivom. No prije toga potrebno je osigurati komisioniranje proizvoda, odnosno ispravno ih podijeliti u tipične velike narančaste košare koje se isporučuju na pojedinačna prodajna mjesta. Zahvaljujući brojnim zaslonima, zaposlenici prostor u kojem se odvija automatizirano komisioniranje nazivaju NAKON PONOĆI VRLO JE ŽIVO.

Prema riječima Irene Kurent, postupak komisioniranja ne temelji se na dostavnicama, već se automatizira opremanjem svake linije računalom koje zaposleniku govori koliko komada svake vrste kruha mora staviti u svaku košaru. Ako mu na kraju reda ostane komad kruha u ruci, znači da je pogriješio, što se događa vrlo rijetko. U automatiziranom komisioniranju pogreške su znatno rjeđe nego u klasičnom na temelju dostavnica.

GLAVNE TEHNOLOGIJE

Tehnologije koje se koriste u pekari i koje su posebno važne za učinkovitost i kvalitetu njihove proizvodnje uključuju automatsko doziranje sirovina određenih u svakom receptu,



osiguravanje kontinuiteta dizanja proizvoda, tehnologiju pečenja na različitim vrstama peći – linijskim i etažnim – tehnologiju proizvodnje zamrznutih proizvoda od dizanog tijesta i polupečenih proizvoda te osiguravanje kontinuiteta zamrzavanja pekarskih i slastičarskih proizvoda. Sirovine određene u svakom receptu odmjeravaju se i doziraju automatski, a ručno se dodaju samo sol, kvasac i dodaci poput sjemenki.

DIGITALIZACIJOM DO OPTIMIZACIJE

„Digitalizacija proizvodnih procesa osnova je za dobivanje informacija na temelju kojih se mogu donositi smislenije i brže poslovne odluke“ - rekli su Irena Kurent i Sandi Svoljšak. Podatke trenutno dobivaju od pojedinih proizvodnih linija (razni parametri, pokazatelji...) pa ih zatim obrađuju, a cilj je za sljedeću godinu povezati podatke u jedinstveni sustav u kojem će biti prikazani u stvarnom vremenu. A njihova će analiza kroz okruženje prilagođeno korisniku biti osnova za daljnju optimizaciju proizvodnih procesa.

Prijenos podataka iz papirnato oblika u elek-



tronički sustav te minimalan broj osoba za ručnu pripremu, izvoz i izračun pokazatelja za tvrtku znači uštedu vremena. Podaci koji će se pomoću umjetne inteligencije automatski prikupljati u stvarnom vremenu također će biti vjerodostojniji, a sva izvješća bit će dostupna odgovornima klikom na njihove IT uređaje. Budući da će podaci biti dostupni u stvarnom vremenu, u slučaju da se postavljeni ciljevi ne ostvare, odnosno da pokazatelji padnu ispod graničnih vrijednosti, moguće je slanje neposrednog alarma rukovodstvu.

VRIJEME PROIZVODNJE OD 120 DO 140 MINUTA

„U usporedbi sa svježim proizvodima proizvodnja polupečenih proizvoda razlikuje se

po tome što se oni brzo zamrzavaju u tunelima za zamrzavanje – nakon što ih se prethodno ispeče do 95 % ili brzo zamrzne kao djelomično dizane proizvode. Prethodno navedene proizvode trgovci prvo dižu do kraja u pećima na prodajnom mjestu, a zatim ispeku. U usporedbi s polupečenim proizvodima, ova je tehnologija zahtjevnija“ - rekao je Sandi Svoljšak.

MEĐU SLASTICAMA NAJVIŠE KREMŠNITA

„Proizvodnja slastica čini pet posto proizvodnje profitnog centra Kruh pecivo Maribor. Od svih slastica proizvede se najviše kremšnita. One čine polovinu proizvodnje, a izvoze se i u Austriju i Hrvatsku“ - rekla je Irena Kurent. (R)



Posebna dostava za COVID odjel Bolnice dr. Petra Držaja u Ljubljani

Žito i Podravka Ljubljana odlučili su dodatno poduprijeti osoblje COVID odjela Bolnice dr. Petra Držaja u Ljubljani te su im podarili svježe pečene krafne i svoje nove sendviče. Na taj su im način izrazili potporu za sve što čine te iskreno zahvalili na njihovoj požrtvornosti, nesebičnosti i trudu koje svakodnevno daju u borbi protiv koronavirusa. S krafnama i sendvičima su im željeli dati dodatnu energiju i snagu, a njihovo veselje moglo se vidjeti čak i iza njihovih zaštitnih maski. (Nina Rus Turuk, Lana Miletić)

Kako se zaštititi pravilnom higijenom ruku?

Dok se svijet bori protiv pandemije COVID-19, svi bi trebali biti svjesniji važnosti sprječavanja širenja virusa, odnosno samozaštite te kako pravilno dezinficirati i izbjeći dovođenje u opasan položaj sebe i drugih. Jedna od najvažnijih mjera zaštite od virusa prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji je redovno pranje i dezinfekcija ruku te održavanje higijene prostora i površina na što višem higijenskom nivou.

Pojam dezinfekcije zadnjih se mjeseci spominje češće nego ikad, zbog pandemije koja je uzrokovana koronavirusom. Dezinfekcijom površina, predmeta, te ruku, broj mikroorganizama smanjujemo na razumnu razinu. Redovitom higijenom i dezinfekcijom štitimo sebe, naše bližnje te druge, od pojave infekcije. Dezinficijensi su tvari koje služe za smanjenje broja mikroorganizama s površina. Te površine mogu biti predmeti, radne površine, ali i površine ljudskog tijela. Oni mogu smanjiti rizik infekcije doticanjem površina ili dijelova tijela kojim prenosimo infekciju, najčešće rukama. Na tim površinama oni mogu završiti tjelesnim izlučevinama (urin, feces) te kapljicama iz dišnog sustava koje padnu na tu površinu. Na svakom od nas je da se ponašamo odgovorno te redovitom higijenom i dezinfekcijom zaštitimo ne samo sebe već i druge, a osobito ugroženije skupine ljudi.

U svjetlu SARS-CoV-2 virusa važno je znati činjenicu da on pripada grupi virusa s lipofilnom ovojnicom. Takvi virusi su osjetljiviji na dezinficijense, što je dobro. No, loša je vijest što on preživljava na površinama nekoliko dana, što unosi potrebu za njihovim čišćenjem. Korištenjem dezinficijensa smanjujemo rizik prijenosa, ali ne možemo onemogućiti kapljični prijenos. Da bi se spriječilo razmnožavanje mikroorganizama, upotrebljavaju se dezinficijensi, sredstva koja ih uništavaju.

Sredstva koja upotrebljavamo na koži moraju zadovoljavati nekoliko kriterija:

- moraju djelovati na što širi spektar mikroorganizama (po mogućnosti i na gram-pozitivne i na gram-negativne bakterije, gljive i viruse);
- moraju djelovati brzo;
- trebaju imati i produljeno djelovanje;
- ne smiju dovesti do oštećenja okolnih tkiva;
- ne smiju uzrokovati alergijske reakcije;
- ne smiju usporavati proces zacjeljivanja;
- ne smiju imati sistemske učinke.



Koronavirus je lipofilni virus s ovojnicom. To znači da ima vanjski sloj lipida, debelu ovojnicu na svojoj površini. Ta ovojnica se lako može uništiti s više različitih kemikalija, a njezino uništenje deaktivira cijeli virus.

Prvo sredstvo izbora je 70 %-tni etanol (alkohol), odnosno pripravci koji su bazirani na 70 %-tnom etanolu. Mnogi vjeruju kako je visoko koncentrirani alkohol bolji. No to je netočno. 70 %-tni etilni alkohol je visoko učinkovit u borbi protiv grupe virusa s lipofilnom ovojnicom, kao što je koronavirus. Djelovanjem učinkovitog dezinficijensa na debelu ovojnicu virusa, ona se razara te se pritom virus deaktivira. 70-postotni alkohol sporije hlapi u odnosu na više postotni alkohol te je njegovo djelovanje stoga dulje. Ne izaziva alergijske reakcije, ne ostavlja tragove na površinama te ne oštećuje predmete.

Stoga, sredstva na bazi 70-postotnog etilnog alkohola smatraju se jednim od najučinkovitijih te široko rasprostranjenih sredstva za dezinfekciju. Takva sredstva imaju baktericidno, virucidno i fungicidno djelovanje te smanjuju tranzijentnu floru ruku, što je od ključne važnosti za sprječavanje prijenosa virusa i drugih mikroorganizama te širenja zaraze.

(Tatjana Vucelić, mag. pharm.)

PROMO

BELAABO sprej za dezinfekciju ruku 100 ml

BELAABO je dezinficijens brzog i učinkovitog djelovanja namijenjen za dezinfekciju ruku. Primjenjuje se nerazrijeđen, a pripada skupini biocidnih pripravaka 1 (biocidni proizvodi za osobnu higijenu ljudi). Aktivna tvar je etanol (djelomično denaturirani) 72g/100g. Ostali sastojci: glicerol, carbopol ultrez, neutrol TE, polisorbat 80, skvalan, eterično ulje mirte, pročišćena voda.

Eterično ulje mirte pruža ugodan miris i daje osjećaj svježine, dok skvalan održava kožu hidratiziranom, štiti je od oštećenja i njeguje.

BELAABO ima dokazano baktericidno, virucidno i fungicidno djelovanje te smanjuje tranzijentnu floru

ruku za više od 99 %.

BELAABO je dermatološki ispitan te je pogodan za primjenu na osjetljivoj koži. Eterično ulje mirte pruža ugodan miris i daje osjećaj svježine.

Razdoblje potrebno za biocidni učinak je 30 sekundi.

Proizvod dolazi u spreju (100 ml), što omogućava jednostavno, ravnomjerno i optimalno nanošenje proizvoda na ruke, a prodaje se u ljekarnama.

Biocidni pripravak rabiti pažljivo.

Prije uporabe uvijek pročitati deklaraciju i podatke o proizvodu.



ŽIVOTOPIS - Marija Hegedušić

rođena je u Sirovoj Kataleni 1949. godine. Neko vrijeme živjela je u Hlebinama, selu naivnih umjetnika, odakle joj i inspiracija za neke pjesme. Pjesme su osjećajne, o Dravi, o životu, prirodi, ljubavi, domovini i dr. Živi u Koprivnici kao umirovljenica Podravke.

Članica je ogranka Matice Hrvatske Koprivnica od 2002. godine i KUD-a Podravka, Literarne sekcije čija je bila i predsjednica u dva mandata. Sudjelovala je u zajedničkim zbirkama Literarne sekcije.

Primila je pohvalnice od Hrvatskog sabora kulture za pjesme na kajkavskom dijalektu. Objavljuje u Podravskom zborniku, Koprivničkom književnom godišnjaku, Hrvatskom kajkavskom kalendaru, te listu Podravka. Sudjeluje na recitalima u Bedekovčini, Ivanču (Zagorje), Sv. Ivanu Zelini, Varaždinu, Krapini, Trakošćanu, Adamovcu i Zagrebu. Dobitnica je nagrade „Srebrna lipa“ natječaja u Vrbovcu. Sudjeluje u mnogobrojnim zajedničkim zbirkama.

Objavila je tri samostalne zbirke pjesama:

- Sunce na mom nebu, 2001. godine, pjesme
- Dodirnuta vjetrom, 2008. godine, pjesme
- Cvetek na mrazu, 2016. godine, pjesme

Nekoliko njenih pjesama je i uglazbljeno, a u pripremi je zbirka priča.



Naša hiža

Od djetinstva je dišala na
prežganu juvu i kuruzne žgance,
dišala je na belu kavu,
i kaše na sakovačko felo.
Čeljadi je bilo pono
i se se ftečno pojelo.
Žmefko smo na polu delali,
a veselo se navek doma pelali.
A hižica nam je dišala
na ocvirke dok su koline bile,
na kiselo zelje z lagva
i rubenine dok su se v čebru belile.
Vu jeseni je dišala
po sušenom voću i pekmezi,
samo je slabo dišala po penezi.
Saku nedelu je na pečenku dišala
dok je mati kavalu, pekla i povala.

A vu zimi, posle sanjkanja, grel bi se
na veliki zidani peči.

Vu doge večeri su se uz pređenje
i tkanje čitale priče i pesme.
A hiža je poslušala i fpijala
miris kuanoga vina i domačev
buhtli, mazanice, zlevanke ili diganke.
Pamti ona i čehanje perja
z domačem pesmom naštimanom.
Prešla je ona i rođenja i svate
i sprevođe, koj zna kulko let.

Potlam smo se razišli, jen po jen,
a ona je samotna i jadna ostala.
Prazna ji duša plakala z vetrom,
čez reške na ganjku i naižu.
A dišala već zdavnja nega.
Samo pavučina vu kotu
i de koj kesni zabludeli ftič,
Naša ljubav vu srcu čuva sega:
hižicu, dišala i mladosti krič.

Pjesma je bila poslana u Vrbovec na recital „Stara lipa“ i osvojila 3. nagradu

U iščekivanju završetka vrlo loše godine

Blagdanski prosinac

Malo ljudi može reci kako je ova godina bila ugodna i vesela. Nakon nekoliko mjeseci karantene i konstantnog iščitavanja epidemioloških mjera ulazimo u završni mjesec 2020. godine s nadom u bolje sutra.

Ludens teatar je u studenom izveo predstavu „Kraljevstvo Moje (za početnike)“ u Zorinom domu u Karlovcu te u Teatru Exit u Zagrebu, što pokazuje kako i dalje ima zainteresirane publike koja je, uz poštivanje epidemioloških mjera, zainteresirana za kazališni sadržaj. Takav odaziv građana ispunjava veseljem i ponosom sve kazališne djelatnike, a pogotovo one u Ludens Teatru.

U prosincu će momci (Janko Rakoš, Sven Šestak i Enes Vejzović) gostovati u Velikoj Gorici te se nadamo velikom odazivu. A Scena 10410 Velika Gorica uzvratit će gostovanjem u Koprivnici 18. prosinca s predstavom „I živjele su sretno...?“ u Domu mladih. Komedija u kojoj se propitkuju klišeji i stereotipi u muškim i ženskim društvenim ulogama razveselit će naše Koprivničance. Za kraj moramo pohvaliti naše polaznike Dramskog studija koji vrijedno pod maskama „bruse“ svoj talent. Nećemo zaboraviti ni suradnju s udrugom Kopriva, preko projekta KUPID, u kojoj jedna mala grupica polaznika „tajno“ radi na novoj predstavi. (Josip Živoder)





Krene, krene pa stane – koronavirus opet prekinuo ritam RK Podravka Vegete

Početkom mjeseca studenog rukometašice Podravka Vegete vratile su se treninzima nakon što su izašle iz samoizolacije uzrokovane pojavom koronavirusa u klupskim redovima. Svi su odradili desetodnevnu prisilnu pauzu, a prva službena utakmica po povratku bila je ona prvenstvena protiv ŽRK Zrinski koju su Podravkašice pobijedile rezultatom 14-41.

Slijedila su čak dva susreta s francuskim Brestom u Ligi prvakinja. Zbog smanjenog rizika i zgusnutog rasporeda, u suradnji s EHF-om dogovoreno je kako će se obje utakmice igrati u Koprivnici. Prva je igrana u subotu 14. studenog, a francuski Brest bio je bolji s 29-33. Samo dva dana kasnije, u ponedjeljak 16. studenog igrana je i druga utakmica u kojoj je Podravka na papiru bila gostujuća ekipa. Korona pauza i brz ritam ostavili su traga na koprivničkoj ekipi koja je poražena i u drugom susretu, Brest je slavio s 32-25.

Trener Saračević nije imao što zamjeriti svojim

igračicama nakon dvomeča s Brestom. Rekao je kako je ponosan na njih i svaka im čast na onome što su napravile i što su izdržale.

Vremena za odmor nije bilo pa su tako već u srijedu 18. studenog rukometašice Podravka Vegete otputovale u Viroviticu gdje ih je čekao novi prvenstveni okršaj. Priliku su dobile igračice iz drugog plana, a istu su sjajno iskoristile jer je upisana visoka i uvjerljiva pobjeda rezultatom 23-49. Kao jedina loša strana spomenute utakmice izdvađa se puknuće nosa mlade Margarite Škarić. Koliko je žestok ritam postavljen pred Podravkašice svjedoči činjenica da ih je u nedjelju 22. studenog čekao novi domaći okršaj u DELO EHF Ligi prvakinja, ovog puta protiv moskovskog CSKA. No, nekoliko sati prije utakmice došlo je do drugačijeg razvoja situacije.

Među igračicama RK Podravka Vegete opet se pojavilo nekoliko pozitivnih igračica. Odrađen je razgovor s predstavnicima EHF-a, predstavnici

cima CSKA i epidemiološkom službom te je odlučeno kako je utakmica odgođena. Novi datum odigravanja još se ne zna. Prema uputama epidemiologa, sve igračice koje nisu pozitivne poslane su samoizolaciju na deset dana, osim onih koje su već preboljele virus.

– Ovo nema veze s razumom. Gotovo niti jednu utakmicu nismo pripremali u punom sastavu bilo zbog zaraze, bilo zbog raznih ozljeda. Pored svega toga, od pojave koronavirusa nemamo mogućnost niti treniranja u jutarnjem terminu u našoj dvorani i vjerojatno smo jedina ekipa u Ligi prvakinja kojoj se to događa. Svakodnevno se susrećemo s nevjerojatnim stvarima i to sve treba kako tako podnijeti. Vidjet ćemo što nas sve skupa očekuje u narednim tjednima pa ćemo valjda biti pametniji – rekao je trener Saračević nakon što je donesena odluka o odgodi.

Sada nastupa reprezentativna stanka uslijed nadolazećeg EP koje se trebalo održati u Danskoj.



ŠKOLA RUKOMETA

Studen i bio sve samo ne hladan za rukometašice Podravke 2 Lino čija je trenerica Đurđica Zečević. U svim odigranim susretima upisale su pobjedu, padali su redom Osijek 2, RK Garešnica i Darda. Nadalje, mlade nade Podravke 3 koje vodi Nenad Smiljanec pamtit će studeni po vrijednom iskustvu. Natječući se u starijem uzrastu Prve HRL U16 mlade Podravkašice poražene su od Broda i Multinorma Cerna, dok su u svojoj HRL U-14 slavile na gostovanju u Viroviti. Djevojčice Podravke 4 (2008. i mlađe) koje vodi trener Igor Stubičar gostovale su u Viroviti. Ekipa Podravke 1 i 2 odigrale su prijateljske utakmice s vršnjakinjama iz Virovitice. Utakmice su poslužile kao dobar sparing, svaka ekipa igrala je 3 x 20 minuta, u dobrom ritmu sa puno rotacija. Sve tri utakmice dobila je koprivnička ekipa.

(Jurica Karan)

Bruno Bogojević i mlada reprezentacija izborili Europsko prvenstvo



Mladi nogometaši Slaven Belupa, pioniri i kadeti, upisali su važne pobjede u 12. kolu Prve HNL. Obje generacije svladale su vršnjake Sesveta na terenu s umjetnom travom na koprivničkom Gradskom stadionu Ivan Kušek – Apaš

Talentirani nogometaš Slaven Belupa Bruno Bogojević zajedno je sa svojim kolegama iz mlade reprezentacije Hrvatske izbio Europsko prvenstvo koje će se održati u Sloveniji i Mađarskoj. U posljednjoj utakmici kvalifikacija Hrvatska je u Puli svladala Litvu s uvjerljivih 7:0 i izborila završnicu velikog natjecanja, a izbornik Igor Biščan mladog je Slavenaša na teren poslao u 83. minuti. Bogojević je zaigrao na poziciji desnog krila. Valja istaknuti da su u

Europsko prvenstvo izborila i dva bivša nogometaša Slaven Belupa Kristijan Bistrović i Ivan Dolček, danas igrači CSKA iz Moskve i Hajduka. Mladi nogometaši Slaven Belupa, pioniri i kadeti, upisali su važne pobjede u 12. kolu Prve HNL. Obje generacije svladale su vršnjake Sesveta na terenu s umjetnom travom na koprivničkom Gradskom stadionu Ivan Kušek – Apaš. Pioniri su bili bolji rezultatom 1:0, a kadeti rezultatom 3:1.

Prvi su na teren izašli pioniri trenera Slavka Mešnjaka kojeg je zbog bolesti mijenjao trener Goran Volf. U napetoj utakmici borbeni Slavenaši su stigli do sva tri boda golom Lazara u 65. minuti susreta. Bio je to njihov 15. u sezoni te su trenutno sedmoplasirana momčad prvenstva.

Kadeti trenera Vedrana Purića imali su nešto lakši posao. Golovima Erdeljija, Petričića i Ivančića nakon nešto više od 60 minuta imali su prednost 3:0, a do kraja utakmice gosti su uspjeli postići tek počasni pogodak. S novom pobjedom kadeti su stigli do 19. boda te su trenutno na visokom petom mjestu prvenstvene ljestvice. U idućem kolu mladi Slavenaši gostuju kod Lokomotive.



REBARCA PO DOMAĆI

Sastojci (za 4 osobe):

- 1 kg svinjskih rebarca u komadu
- 6 ljutika (malih lukova kozjaka)
- **40 g Podravka Pancete**
- 2 žlice maslinova ulja
- **Vegeta Maestro crni papar**
- sol
- **1 žlica Senfa Gold Podravka**
- 100 ml bijelog vina

U posudu za pečenje stavite meso, ljutiku ili luk kozjak i na ploške narezanu pancetu. Meso posolite i pospite svježe mljevenim paprom. Nakapajte maslinovim uljem i ostavite marinirati 30 minuta prije pečenja. Pecite u pećnici zagrijanoj na 180°C oko 70 minuta.

Meso zatim izvadite i ocijedite višak masnoće.

Senf dobro pomiješajte s vinom i prelijte preko mesa.



Promiješajte i vratite u pećnicu na još 10 minuta.

Rebarca narežite i poslužite sa salatom po želji.

♥ **Savjet:** Pečena rebarca možete prethodno narezati pa prelići pripremljenim senfom i još zapeći.

Vrijeme pripreme: 90 minuta.

Zahtjevnost: jednostavno.

GULAŠ S KOBASICAMA I GLJIVAMA U BUNDEVI

Sastojci (za 4 osobe):

- **60 g Podravskog špeka Podravka**
- 2 žlice ulja
- **1 Podravka Kranjske kobasice s kajenskim paprom (300 g)**
- 500 g gljiva (vrganji, šampinjoni, lisičarke,...)
- 50 ml bijelog vina
- **50 ml Passate Podravka**
- sol
- **Vegeta Maestro crni papar**
- 1 žlica narezanog peršina
- 1 Hokaido bundeva
- kiselo vrhnje

Kranjske kobasice narežite na deblje ploške. Na zagrijanom ulju kratko popecite na kockice narezani špek i kobasice.

Dodajte gljive, ovisi o vrsti krupnije narezane i uz miješanje zajedno popecite.

Podlijte vinom, dodajte, Passatu, vode da prekrije sadržaj i pustite neka zavri.

Kuhajte na laganoj vatri 10 minuta, a potom posolite, popaprite i pospite peršinom.

Za pripremu zdjelice od bundeve, bundevu prerežite po pola, očistite od sjemenki i zapecite u pećnici oko 15 minuta na 200°C pritom pazite da previše ne omekša i izgubi oblik, čvrstinu potrebnu za zdjelicu.

Gulaš poslužite u zdjelicama od bundeve.

Prilikom posluživanja dodajte žlicu kiselog vrhnja.



♥ **Savjet:** Koristite muškatnu bundevu Hokaido koja nema previše debele stijenke te najčešće je oblika zdjelice. Kako jedete gulaš pojest ćete i stijenke zdjelice.

Vrijeme pripreme: 30 minuta.

Zahtjevnost: Jednostavno

BOGATO JESENJE VARIVO

Sastojci (za 4 osobe):

- 3 žlice ulja
- 100 g luka
- **50 g Pancete Podravka**
- 2 češnja češnjaka
- 100 g korijena celera
- 50 ml bijelog suhog vina
- **80 g Zlato polje mješavine 3 Žitarice**
- 200 g krumpira
- 400 g gljiva (šampinjoni, bukovače, vrganji)
- **1 žličica Vegete Natur**
- **Vegeta Maestro crni papar**
- sol
- 1 žlica narezanog peršina

Na zagrijanom ulju popecite sitno narezan luk do zlatno žute boje, a zatim mu dodajte narezanu pancetu.

Kratko popecite, dodajte protisnuti češnjak i na kockice narezan korijen celera.

Ulijte vino, dodajte mješavinu 3 žitarice, krumpir narezan na kockice, prelijte vodom, a kad zavri kuhajte na laganoj vatri oko 10 minuta.

Zatim umiješajte narezane gljive, Vegetu Natur, crni papar i posolite po potrebi.

Sve zajedno kuhajte još oko 15 minuta.

Bogato varivo poslužite posuto narezanim peršinom.



♥ **Savjet:** Možete koristiti i samo jednu vrstu gljiva koja vam je dostupna, a za intenzivniji okus možete dodati malo suhih gljiva koje ste prethodno močili u toploj vodi.

Vrijeme pripreme: 35 minuta.

Zahtjevnost: jednostavno.

Nagrada igra za Podravkaše

Odgovorite točno na pitanje i osvojite poklon paket

Sve što je potrebno jest poslati točan odgovor, sa svojim podacima, na e-mail adresu: ana.miletic@podravka.hr, s naznakom NAGRADNA IGRA: ODGOVORI TOČNO I OSVOJI POKLON PAKET.

Odgovore možete slati do 11. prosinca 2020., a najsretnija/najsretniji od vas, s točnim odgovorom, bit će odabran putem aplikacije random.org. Ime dobitnice/dobitnika poklon paketa bit će objavljeno u sljedećem broju lista Podravka.

Zrinka Kukovec

– sretna dobitnica nagradne igre

Najsretnija u rješavanju nagradnog pitanja „**Koji rođendan ove**

godine slavi Čokolino?“ s točnim odgovorom – „50. rođendan“, je

Zrinka Kukovec iz Riznice kojoj je komisija iz Korporativnog marketinga i komunikacija donijela sreću u ovom nagradnom izvlačenju.

Koji su novi Podravka funkcionalni čajevi?

Podravka čaj te zove u prirodu.

