



**Predsjednik Republike Hrvatske Stjepan Mesić uručio Podravkinoj kuglačici Željki Orehovec visoko državno odlikovanje u povodu Dana državnosti**  
7. str.



**Predstavljeni polufinalisti natječaja za najbolje poduzetničke projekte - Ideja 2005.**  
3. str.

**U četvrtak 30. lipnja održana Glavna skupština Podravke d.d.**

## Za prošlu godinu bruto dividenda po dionici 5 kuna

Piše: **Boris Fabijanec**  
Snimio: **Josip Maljak**

U velikoj dvorani Podravkine poslovne sedmerokatnice održana je 30. lipnja Glavna skupština. Na njoj je putem predstavnika dioničara bilo zastupljeno 41,45 posto temeljnog kapitala pa je predsjednik Skupštine Branko Vuljak, u prisutnosti javnog bilježnika Nikole Bakrača, ustvrdio da ima pravovaljanost. Usvojen je i dnevni red Glavne skupštine - razmatranje izvješća Nadzornog odbora i Uprave Podravke o prošlogodišnjem poslovanju grupe Podravka i o stanju Društva, potom godišnja financijska izvješća za poslovnu 2004. godinu te upotrebu dobiti i kupnja (stjecanje) vlastitih dionica. Uz to, točke dnevnog reda bile su i davanje razrješnice članovima Uprave Podravke i članovima Nadzornog odbora te imenovanje revizora naše tvrtke za ovu poslovnu godinu i utvrđivanje njihove naknade za rad. Predložena je zagrebačka revizorska tvrtka PricewaterhouseCoopers. Na prijedlog Uprave Podravke s dnevnog reda skinuta je 8. točka - utvrđivanje nagrade za rad članovima Nadzornog odbora Podravke. Ovakav dnevni red usvojen je sa 99,9 posto nazočnih glasova. Uostalom, i sve točke dnevnog reda usvajane su velikom većinom glasova.

U Dioničarskom glasniku Podravke prigodno štampanom za ovu Skupštinu, dioničarima naše tvrtke obratio se predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac: "Godina 2004. bila je



S Glavne skupštine Podravke d.d.

za Podravku godina stabilizacije i konsolidacije s jedne strane, te stvaranje pretpostavki koje vode k daljnjim poboljšanjima poslovanja i poslovnih procesa, s druge strane. Naš ukupni prihod u 2004. godini iznosio je 3,4 milijarde kuna što je rast od nepunih 3 posto u odnosu na godinu prije. Organski rast je

ostvaren u visini od jedan posto, što znači da smo rasli po nešto nižim stopama nego prethodne godine, međutim, vjerujemo da postoji potencijal za daljnji rast u budućem razdoblju."

U 2004. godini Podravka je ostvarila neto dobit od 84,2 milijuna kuna. Od te dobiti će se

32.721.858,29 kuna upotrijebiti za unos u zakonske rezerve i to 1.636.092,91 kunu, potom za unos u rezerve za vlastite dionice 2.168.400,00 kuna, za unos u statutarne rezerve 1.445.868,27 kuna.

Ono što će sigurno razveseliti dioničare Podravke je odobravanje isplate dividende na redo-

vne dionice u bruto iznosu od 5 kuna po dionici što iznosi 26.689.235,00 kuna, a to će se isplatiti najkasnije do 31. prosinca 2005. godine. Preostala dobit u iznosu od 782.262,11 kuna rasporedit će se u zadržanu dobit.

(Nastavak na 2. stranici)



Razgovor s glavnim direktorom za financije Larsom Jakobssonom

# Podravka ima dobre proizvode i brandove, ali mora biti efikasnija

Razgovarao i snimio:  
**Boris Fabijanec**

Lars Jakobsson rođen je 1957. godine u malom švedskom mjestu Kalix udaljenom 200 kilometara od polarnog kruga, pa je sada u ovo doba godine dnevno svjetlo 24 sata. Nakon završetka srednje škole radio je mnogobrojne poslove, pretežno honorarne prirode - u banki, potom kao učitelj, u revizorskoj kući, te turistički vodič. Kao turistički vodič dolazi 1983. godine prvi put u Hrvatsku, u Dubrovnik, gdje vodi švedsku turističku poslovnicu te tu upoznaje svoju buduću ženu, Riječanku. Nakon turizma, Lars se vraća u Švedsku gdje otvara vlastitu financijsku konzalting tvrtku te ujedno pohađa Ekonomski fakultet i diplomira početkom 90-ih. Zapošljava se 1988. godine u Ericssonu Mobile Phone, tvrtki koja tih godina bilježi godišnji rast veći od 100 posto. Početkom 1997. godine dobiva ponudu da preuzme posao financijskog direktora Ericsson - Nikola Tesla u Hrvatskoj. Taj posao radi do svibnja prošle godine, kada otvara vlastitu consulting kuću.

- *Kada počinju vaš prvi kontakti s Podravkom?* - bilo je prvo pitanje za Larsa Jakobssona.

- Prvi kontakti s Podravkom počeli su prije godinu i pol kada je bio organiziran jedan work-shop Ericssona i Podravke u Štaglju. Tu govorimo o kontaktu vezano za kompaniju, ali ja već odavno kupujem Podravkine proizvode i ne smijem doći doma u Švedsku, a da svojoj majci ne donesem Vegetu. Prije godinu dana poslovna suradnja s Podravkom se intenzivirala, a moj je posao bio implementirati iskustva međunarodnih kompanija u daljnji rad Podravkinih Internationala. Tu je riječ bila o kvalitetnijem

izvještavanju s terena, kontroli troškova itd. Kroz taj program bio sam uključen i u projekt reorganizacije kompanije, a moj dio posla bio je kvalitetnije financijsko izvještavanje Internacionala, a potom i cijele kompanije u projektu nove organizacije. Dakle, osim financija, surađivao sam s ljudima iz marketinga, prodaje, proizvodnje, logistike i informatike. Morate znati da se mijenjala struktura proizvoda. Više nije bilo SPJ-ota, već je uveden category menandžment, te posebne grupacije proizvoda poput Podravka jela, zamrznuti program itd. Trebalo je odrediti koji je to tip proizvoda, trebalo je u informatički sustav postaviti što je to kupac, što je to tržište, koji tip troškova mora biti na pojedinim mjestima, jedinstveni i ažurirani način izvještavanja. Dakle, trebalo je napraviti kompletni kompanijski sustav kako bi se što brže i efikasnije došlo do strukturiranih informacija.

## Sadašnji sustav puno je lakše pratiti

- *U čemu je razlika sadašnjeg sustava od prijašnjeg?*

- Sadašnji sustav je puno lakše pratiti, jednostavniji je, ima više boja i grafika, manje brojaka i Uprava je sigurno bolje informirana o stanju na tržištu, u proizvodnji itd. S obzirom na to da su se projekti u Podravki širili, dobio sam ponudu da preuzmem posao glavnog financijskog direktora koji sam prihvatio, jer za mene je to, prije svega, izazov. Podravka je međunarodna kompanija na papiru, jer još uvijek je mentalitet u toj kompaniji podravski, hrvatski. Naime, 50 posto biznisa je u Hrvatskoj, ali je i 50 posto vani, a broj zaposlenih je 80, 90 posto iz Hrvatske, a 10 posto vani. Ako Podravka želi preživjeti na međunarodnom tržištu, onda nema mogućno-

sti da Hrvati ili Švedani znaju što npr. žele Poljaci. Samo Poljak zna što njegovi zemljaci žele. Dakle, ako želimo rasti na međunarodnim tržištima, moramo ponuditi okuse koje žele Poljaci, Rusi, Nijemci, Slovenci, Švedani itd. Podravka je dobar brand u Hrvatskoj, ali vani je još prilično nepoznat.

- *Vi aludirate da bi za Podravkine Internationale trebali više raditi ljudi sa tih tržišta?*

- Tako je, jer hrana je prilično tradicionalni proizvod; recimo mi u centrali radimo samo jedan okus, a svako međunarodno tržište ima svoje specifičnosti. Kako proizvoditi specifičnosti za pojedina tržišta i da to bude ekonomski isplativo? Dakle, to treba spojiti - okus, fleksibilnost, način pakiranja, izgled ambalaže. Pravu informaciju s tržišta trebali bi nam dati domicilni Podravkaši sa tih tržišta kako bismo imali efikasnu proizvodnju i fleksibilnost na tržištu. Uz sve to, morat ćemo mijenjati proizvodna razmišljanja, jer već odavno u Americi, zapadnoj Europi, a i Aziji, proizvodi se ciljano, bez velikih zaliha, dok u istočnoj Europi još prevladava razmišljanje o velikim proizvodnim kapacitetima, a ako se proizvodi ne prodaju, za to su krivi ljudi iz prodaje. Taj tradicionalan način ekonomskog razmišljanja nema više svoju opravdanost.

## Nužno je pratiti trendove u svjetskom prehrambenom biznisu

- *Kako to promijeniti?*

- Treba imati ideju, vidjeti kako to rade vani, kako to radi konkurencija. Hrvatska je premalo tržište za Podravku i mi trebamo izvoziti, a da bismo izvozili, trebamo raditi po vanjskim pravilima, a ne po hrvatskim pravilima. Ako je naša vizija biti vodeća kompanija u jugoistočnoj Europi, on-

da moramo znati tko su naši konkurenti - glavne svjetske prehrambene kompanije koje danas rade na drugi način. Imaju fleksibilne proizvodne kapacitete, intenzivan marketing i kupci se poistovjećuju s njihovim proizvodima. Dakle, treba razvijati ideju: ja sam, primjerice čovjek - Studena ili čovjek - Vegeta ili čovjek - Podravka.

- *Kako vi kao glavni financijaš možete utjecati na to?*

- Ja ću prije svega pokušati iskomparirati kako stoji naša glavna konkurencija i naše stanje. Naime, jedan Nestle ima manje zalihe nego Podravka i ako oni imaju manje troškova i bolje prihode, ja ću to pokušati komparirati i doći do nekih zaključaka. Treba doći do informacija zašto su oni bolji i što to oni rade da bi bili bolji. Kroz brojke pokušat ću pokazati trendove u prehrambenom biznisu i načine kako da Podravka prati i bude u tim trendovima. U tom poslu sigurno će mi pomoći moja međunarodna iskustva, a i moj način rada zapravo se svodi na postavljanje pitanja. Odgovori mogu biti dobri, ali ako pitanje ne valja, onda će i odgovor biti loš. Dakle, pitanje je puno važnije nego odgovor i moja filozofija rada u financijama temeljila se na postavljanju više pitanja. Naravno, imam i financijski stav koji se temelji na tome da je kompanija - moj novac. Kako pratim svoje novce, tako pratim i kompanijske novce. Kompanija uvijek mora imati novčani tok, jer ako nema novca na računu, nema slobode.

- *Pa to je zapravo hrvatska ekonomska svakodnevnica...*

- Moja dosadašnja iskustva s financijama Hrvatske pokazuju da ljudi koji dobiju jeftiniji kredit su heroji. To je za mene glupost. Naime, jeftini kredit je dobar kada ti trebaš novca, ali ako ste digli kredit da biste platili troškove, onda tu nema svijetle bu-



Lars Jakobsson

dučnosti. U zadnjih deset, petnaest godina to hrvatsko gospodarstvo kontinuirano radi, diže novac i vraća dugove, ali puno sredstava ne investira u budućnost. Kada sam ja došao u Hrvatsku, vanjski dug Hrvatske bio je 3 milijarde dolara, a sada je 30 milijardi dolara. Gdje su nestali ti novci i koje su to investicije koje će osigurati dugoročne prihode, osim auto-cesta?

## Prioritet je poboljšanje efikasnosti, korištenje zacrtanih standarda i smanjenje troškova

- *Vaša vizija Podravke u budućnosti?*

- Mislim da je Podravka neefikasna, jer postoje premala standardna i korporativna rješenja. Ako svatko želi svoju soluciju rješenja, nema korporativnih standarda, nema standarda tvornica, nema standardnih procesa i to će Podravka platiti jako skupo. Podravka ima dobre proizvode i brandove, ali i velike troškove, te neefikasnost. Zato je prioritet poboljšanje efikasnosti, korištenje zacrtanih standarda, povećati fleksibilnost proizvodnje i smanjiti troškove. Nije uvijek potrebno ulagati novac u dugotrajnu imovinu, jer taj novac je pametnije uložiti u nadgradnju brandova, kako bi proizvodi bili profitabilniji. Sve ovo rečeno je jedan dugotrajan proces koji će trajati godinama, ali treba početi danas, odmah - rekao je na kraju razgovora Lars Jakobsson.

## Održana Glavna skupština Podravke d. d.

# Prošlogodišnji poslovni rezultati relativno dobri

Predstavnicima dioničara, članovima Uprave i Nadzornog odbora na Skupštini se obratio čelni čovjek Podravke Darko Marinac istaknuvši kako su prošlogodišnji poslovni rezultati relativno dobri.

- To nisu loši rezultati, ali daleko od onoga što trebamo dati - rekao je Marinac. Potom se osvrnuo na događanja koja su obilježila poslovnu 2004. godinu, apostrofirajući završetak procesa reorganizacije kojemu je osnovni cilj funkcionalnija organizacija i čvršće upravljanje najvećim troškovima i ulaganjima. Govoreći o gotovo svakodnevnoj promjeni domaćeg i inozemnog tržišta, Marinac je istaknuo sve veći ulazak hard diskontera te velike objektivne mogućnosti rasta Podravkine prodaje na ruskom tržištu. Također, najavio je da kroz novu organizaciju Sektora Pića očekuje veliki zaokret u smjeru veće profitabilnosti poslovanja. Najpoznatiji Podravkin brand - Vegeta prošle je godine osvojio laskavo priznanje u Poljskoj zauzevši treće mjesto po prepoznatljivosti svjetskih brandova u toj zemlji.

- Vegeta je naše srce o kojemu se moramo brinuti više, jače, bolje - svaki dan - rekao je Marinac.

Govoreći o Podravki danas, Marinac je istaknuo financijsku stabilnost tvrtke te da je Podravkina zaduženost u korektnim okvirima. Rezultati poslovanja u prvih pet mjeseci ove godine su na nivou prošlogodišnjih, a trendovi u lipnju, posebice prodaja Vegete, pokazuju očekivane rezultate prodaje. Naime, gotovo već tradicionalno najbolje prodajne rezultate Podravka ostvaruje u lipnju, srpnju i kolovozu. Na Skupštini je opet apostrofirana nova vizija kompanije usvojena prošle godine: "Biti vodeća prehrambena kompanija po znanju, odnosu s potrošačima i prihodima među kompanijama sa sjedištem u regiji jugoistočne, srednje i istočne Europe, te farmaceutska kuća koja prepoznatljivim partnerskim pristupom ostvaruje više." Potrošač je i dalje u fokusu Podravkinih aktivnosti, a kao što je svojedobno Albert Einstein rekao: "Današnje probleme ne možemo riješiti na isti način kako smo razmišljali dok smo ih stvorili."

B. F.



Prije početka Skupštine...



Odabrano 10 polufinalista projekta Ideja - natječaja za najbolje poduzetničke projekte u 2005. godini

# Na natječaj pristiglo čak 700 prijava

Piše: **Alen Kišić**  
Fotografije: **Globus**

Projekt Ideja 2005. koji nagrađuje najbolje poduzetničke projekte stigao je do kraja prve faze. Na svečanosti u zagrebačkom hotelu Regent Esplanade predstavljeno je desetak polufinalista koji će se u drugoj fazi natjecati za ulazak u samo finale. Odabranim polufinalistima prednacrtje poslovnih planova u 5 su slučajeva izradili timovi, 3 prednacrtja izradila su već postojeća poduzeća, a 2 pojedinci. Najveći broj odabranih prednacrtja poslovnih planova pristiglo je iz Slavonije (3) i Dalmacije (3), a slijede Zagreb (2) te Istra (2). Prema segmentima djelatnosti, odabrani polufinalisti dijele se na turizam (2), tehnologiju (2) i uslužnu djelatnost

(2) te stočarstvo (1) i prehrambenu industriju (1). Globus i McKinsey&Company inicijatori su ovog projekta kojemu je svrha potaknuti poduzetnike u pokretanju vlastitih uspješnih poduzeća. U projekt se, kao visoki pokrovitelj, uključio i predsjednik Vlade Republike Hrvatske dr. Ivo Sanader, a partneri projekta su pet renomiranih hrvatskih kompanija - Adris grupa, Podravka, Siemens Hrvatska, T-Mobile Hrvatska i Zagrebačka banka te Hrvatska radiotelevizija kao medijski partner. Na natječaj je pristiglo gotovo 700 poslovnih planova koje je pregledavao i ocjenjivao jedanaesteročlani ocjenjivački odbor sastavljen od predstavnika organizatora projekta i partnera. Više od polovice ukupno prijavljenih poslovnih planova vezano je

uz turizam, usluge i internet. Najveći broj prijavljenih natjecatelja imalo je VSS (54%), VŠS (4%), a ostalo su bili natjecatelji sa SSS (42%). Gotovo trećina svih poslovnih radova pristigla je iz Dalmacije i Slavonije, dok je ostatak pristigao iz Zagreba i šire okolice te Istre i Kvarnera. Deset polufinalista Ideje dobit će novčane nagrade od po 10.000 kuna i ulaze u drugu fazu natječaja, koja je počela već od 29. lipnja 2005. godine javnim proglašenjem deset najboljih pristiglih ideja. Osim podrške i savjeta pri izradi poslovnog plana, što će biti dostupno svim sudionicima druge faze natječaja, tri najbolja finalista koji po mišljenju ocjenjivačkog odbora i prema jasno definiranim kriterijima izrade najkvalitetnije poslovne planove dobit će visoke novčane nagrade od

po 250.000, odnosno 150.000 i 100.000 kuna. Polufinaliste su u srijedu novinari predstavili njezini organizatori, u ime Europapress holdinga predsjednik Uprave Ninoslav Pavić i glavni urednik Globusa Igor Alborghetti, te dr. Berislav Gašo, voditelj projekta Ideja u McKinsey&Company. Prisutnim novinarima obratili su se i predstavnici partnera Ideje Želimir Vukina, član Uprave Adris grupe, Ante Rončević, pomoćnik glavnog ravnatelja Hrvatske radiotelevizije, Miroslav Vitković, član Uprave Podravke, Uwe Gregorius, predsjednik Uprave Siemens Hrvatska, Wolfgang Breuer, predsjednik Uprave T-Mobile Hrvatska i Franjo Luković, predsjednik Uprave Zagrebačke banke. Kako je rečeno na konferenciji za

medije, organizatori su natječaj pokrenuli, a partneri mu se pridružili, kako bi, stvarajući poticajno ozračje za brži razvoj hrvatskog poduzetništva i educirajući buduće poduzetnike, motivirali i poduprli privatno poduzetništvo. Iznimno veliki odaziv pojedinaca i timova iz cijele Hrvatske premašio je i najoptimističnija očekivanja organizatora, ali i pokazao da Hrvatska treba ovakve i slične projekte. - Više od 700 ideja je dokaz da svakako ima poduzetničkog duha u Hrvatskoj, da ljudi imaju ideju, da imaju želju i volju krenuti u nemirne poduzetničke vode. Za nas su svi pobjednici, jer svatko tko ima ideju i želju da krene u poduzetništvo nosi u sebi pobjednički duh - rekao je Vitković na predstavljajući polufinalista.

## Coolinarika.com predstavljat će Hrvatsku na izboru za najbolji e-sadržaj na Svjetskom summitu o informacijskom društvu u Tunisu

Podravkin kulinarski portal na adresi [www.coolinarika.com](http://www.coolinarika.com) proglašen je najboljim u kategoriji e-Zdravlje na natjecanju za Nagradu svjetskog summita - Hrvatska (WSA -World Summit Award), koje se odvija u sklopu globalne WSA inicijative. Coolinarika.com će predstavljati Hrvatsku na izboru za najbolji e-sadržaj i aplikaciju koji se održava na Svjetskom summitu o informacijskom društvu (WSIS - World Summit on the Information Society) krajem ove godine u Tunisu. Natjecatelji su se kandidirali u jed-

noj od osam kategorija (e-Učenje, e-Kultura, e-Znanost, e-Vlada, e-Zdravlje, e-Poduzetništvo, e-Zabava, e-Uključenost), a žiri u sastavu eminentnih stručnjaka s područja informatike i dizajna proglasio je pobjednike u svakoj kategoriji. Natjecanje se odvijalo pod visokim pokroviteljstvom predsjednika Republike Hrvatske Stjepana Mesića, a nagrade je pobjednicima uručio njegov specijalni izaslanik dr. Izet Aganović. Osobitost koja WSA razlikuje od sličnih inicijativa je naglasak na kul-

turnu raznolikost i identitet, stvaranje raznovrsnog sadržaja i digitalizaciju obrazovnog, znanstvenog i kulturnog nasljeđa. Namjera ovog natjecanja među pojedincima, tvrtkama, vladama i općenito svim društvenim skupinama je povećati svijest o važnosti kvalitetnog elektroničkog sadržaja. WSA obuhvaća 168 zemalja i održava se u okviru i u suradnji sa Svjetskim summitom o informacijskom društvu [WSIS]. Svrha je Summita osigurati pristup prednostima informacijskog društva



na globalnoj razini, te u isto vrijeme promicati teme poput e-strategije, e-trgovine, e-vlade, e-zdravlja, obrazovanja, pismenosti, kulturne raznolikosti, jednakosti spolova, održivog razvoja i zaštite okoliša. Summit okuplja svjetske lidere koji su prepoznali važnost digitalne revolucije za obli-

kovanje društva budućnosti i ostvarivanje razvojnih ciljeva zadanih Milenijskom deklaracijom. Nastao je kao potreba za globalnom vizijom i dijalogom kako bi se postavio okvir prihvatiti logiku da često spominjana racionalizacija poslovanja, za koju ne spori da je nužna, zapravo znači rezanje sredstava u onim segmentima koji su nužni za daljnje tržišne iskorake.

Tanja Gligorović



### naša posla

## Kupci privrženi poznatim brandovima

Piše: **Željko Krušelj**

Sve se češće događa da se istraživanja tržišnih navika ne ograničavaju samo na jednu zemlju, primjerice Hrvatsku, već se provode u cijeloj regiji jugoistočne Europe. Tako je i agencija GfK nedavno objavila stavove potrošača, u rasponu od Slovenije do Turske, o lokalnim i međunarodnim trgovačkim markama. Odmah je uočljivo da su ti stavovi vrlo slični u svim zemljama obuhvaćenim istraživanjem, što samo potvrđuje tezu o uspješno provedenoj globalizaciji trgovine, ali i oblikovanju vrlo sličnog sustava vrijednosti kod većine potrošača. Ako gospodarstvo tih zemalja, a tu je riječ o sadašnjim i cijelom nizu budućih članica Europske unije, o tome ne bude vodilo računa, mogu se suočiti s vrlo ozbiljnim problemima. Sve se to odnosi i na Hrvatsku, jer se njeni trendovi bitno ne razlikuju od susjednih zemalja. Rezultati su posebno važni i za Podravku, koja je u Hrvatskoj opet u vrhu prepoznatljivosti.

Treba, naime, uzeti u obzir da se spomenuto istraživanje GfK-a temeljilo na prvoj asocijaciji koju kupac ima kad se od njega traži da navede neku njemu najpoznatiju robnu marku, bilo domaću ili stranu. U Hrvatskoj je za prva tri mjesta bio podjednak broj glasova, tako da je tu riječ o američkom Nikeu te domaćim markama Kraš i Podravka. Za svaki od njih bez premišljanja se opredijelilo oko šest posto ispitanika. Usporedbe radi, u čak četiri države jugoistočne Europe uvjerljivo je na prvome mjestu Coca Cola, i to u Rumunjskoj, Bugarskoj, Grčkoj i BiH. Kad je riječ o Srbiji i Crnoj Gori, lider je nama malo poznata marka MB Beer, u Turskoj je to Arcelik, najveći nacionalni proizvođač bijele tehnike, dok je u Sloveniji predvodnik trgovački lanac Mercator. U Hrvatskoj, sukladno i nekim ranijim istraživanjima, oko četvrtine ispitanika smatra da su domaće marke kvalitetnije od inozemnih, a oko pet posto manje kupaca tu prednost daje

stranim proizvodima. No, najveći dio, oko 28 posto, smatra i domaće i strane marke podjednako kvalitetnima. Hrvatski su kupci specifični i po tome što drže da se kupnjom inozemne robe ne ugrožava nacionalno gospodarstvo, za razliku od Turaka, Grka te Srba i Crnogoraca koji smatraju suprotno. Ono što može zabrinuti sve zemlje u jugoistočnoj Europi, svakako je tendencija da se bitno razlikuju navike i razmišljanja mladih i starijih kupaca. Čak 69 posto mladih Hrvata radije kupuje inozemne robne marke, a u tome su rekorderi Slovenci i Crnogorci sa oko 80 posto mladih koji imaju identične navike. Puno iza Hrvata ne zaostaju ni Grci i Bugari, gdje je roba koju nude multinacionalne kompanije privlačna za oko 60 posto tamošnje mladeži. Dakle, Podravki se opet nameće potreba agresivnijeg nametanja mladim generacijama potencijalnih kupaca, o čemu bi posebnu brigu trebali preuzeti marketinški stručnjaci.

Na te spoznaje o tržišnim navikama odlično se nadovezuje i ono što je u intervjuu za lokalni tjednik Glas Podravine i Prigorja naglasio i Goran Markulin, član Uprave Podravke. Njegova je teza da su kupci u srednjoj Europi, koja je jedno od ključnih tržišta kopirničke kompanije, iznimno privrženi poznatim brandovima. Takvu je spoznaju obrazložio problemima s kojima se u Poljskoj neočekivano suočio moćni Nestle. Najveća je svjetska multinacionalka kupila tamošnju prehrambenu industriju Winiary, s ciljem da njene brandove zamijeni sa sveprisutnim Maggijem. Posljedica je bila nagli pad prodaje Nestlea, nakon čega je Maggi povučen, a na policama se opet pojavio Winiary. Član Podravkina posloводства iz toga je izvukao logični zaključak da je u srednjoj Europi, no ni na drugim tržištima nema osjetnije razlike, nužno što više ulagati u marketing već poznatih brandova, odnosno samo u njihovu okviru razvijati neke nove

proizvode. Uz to, kaže, isplati se kupovati samo one lokalne tvrtke čiji brandovi imaju izgrađenu tržišnu poziciju i udjele. To, dakako, ne znači da se Podravka može marketinški nositi sa svojim višestruko snažnijim suparnicima, ali ne može prihvatiti logiku da često spominjana racionalizacija poslovanja, za koju ne spori da je nužna, zapravo znači rezanje sredstava u onim segmentima koji su nužni za daljnje tržišne iskorake. Markulin je upozorio da je Podravka nedavno dobila i priznanje jednog uglednog poljskog dnevnika, budućići da je Vegeta proglašena najboljim brandom u svojoj tržišnoj kategoriji. Iako je Vegeta nemjerljivo poznatija od ostalih Podravkinih brandova, Markulin je najavio da će se marka Podravka, kao regionalni simbol dobre hrane, na nekim inozemnim tržištima morati još jače iskoristiti da bi se afirmirao program dječje hrane Lino, a i slatki program Dolcela.



Započinje najveći sajam naive i starih zanata

# Podravski motivi bogatiji no ikada

Ovogodišnji Podravski motivi bit će po svom sadržaju najbogatiji u 11 - godišnjoj tradiciji održavanja, a bit će organizirani i na više lokacija no ikada. Od petka 1. srpnja do nedjelje 3. srpnja koprivnički trgovi i ulice disat će u posebnom ritmu majstora naive, starih zanata i obrta, pjesama i plesova podravskog kraja i niza zanimljivih događanja. Tako će u sva tri dana oživjeti stari koprivnički pijac, u Podravskoj hiži, postavljenoj ispred Gradske vijećnice, bit će prikazivani različiti stari običaji (čehanje perja, priprema kolača, pastirske igre, pečenja kruha u starinskoj krušnoj peći), nastupat će kulturno-umjetnička društva iz Podravine i susjedne Mađarske, a slikari naive svoja će djela stvarati ispred očiju posjetitelja na središnjem gradskom trgu. Uoči svečanog otvaranja u petak u 20 sati u Galeriji će biti otvorena izložba

slika Josipa Generalića, a u subotu u isto vrijeme u Muzeju grada svoje šesire iz ciklusa Stara umijeća i znanja izložit će Nada Kobali iz Zagreba. U Hotelu Podravina u nedjelju u 10,30 bit će otvorena izložba kolača na kojoj će članice tridesetak udruga iz cijele Podravine pokazati umješnost u pripremanju starinskih slastica, ali i u korištenju Dolcela proizvoda u izradi voćnih torti. Ovo će vjerojatno biti i najkraća izložba, jer će se izložci, poput Podravkine medene pite i mađarice, te voćnih torti s jogurtinom koje pristignu na natjecanje, moći odmah isprobati, a ostali kolači kupiti. Budući da su Podravski motivi sajam naivne umjetnosti, starih obrta, folklora i kulinarstva, osim na izložbi kolača posjetitelji će razne specijalitete moći isprobati i u drugim prilikama. U Pivnici Kraluš će po pristupačnim cijenama svakog dana od 10 do

17 sati biti ponuđena tipična podravska jela, na Koprivničkom pijacu će udruga žena prodavati jela od kopri-va, a Podravka priprema nekoliko degustacija svojih proizvoda. Tako će se u petak od 20,45 moći degustirati Talianetta, u subotu od 20,30 specijaliteti s roštilja s Vegata Twistom, Relishom i Podravkinim pommies fritesom, a u nedjelju od 19 sati Podravkin goveđi gulaš. Usto u subotu će Koprivničanci i njihovi gosti moći isprobati Cool colu, a u nedjelju napitak Hippy.

Naravno najveću pažnju izazvat će maksi jeger koji će doseći čak 649 metara - koliko godina broji Koprivnica kao kraljevski grad, i koji će se na stolovima u Gradskom parku početi odmotavati točno u podne u subotu 2. srpnja. Veliko zanimanje vlada i za maksi palačinku koju će u subotu od 18,30 pekmezom od šljiva



puniti i motati petnaestak poznatih hrvatskih kuhara.

Kad se svemu tome doda i raznovrsni zabavno-glazbeni program - u petak navečer nastupaju domaće grupe

Doggy style, Praline, Bags, u subotu Colonia, a u nedjelju Željko Krušlin Kruška i grupa Latino - te bogati vatromet, doista je mnogo razloga za dolazak na Podravske motive. **J. L.**

## Novi Podravkin sok

# Degustacija soka Hippy kruška-jabuka u Podravki

Hippy kruška-jabuka u ambalaži od 0,5 l i 1,5 l novi je Podravkin proizvod iz grupe laganih sokova. Na tržištu je od 27. lipnja, a već je sljedećeg dana ispred restorana prehrane u Podravki održana degustacija za sve koji su se htjeli osvježiti i iskušati novi proizvod na bazi izvorske vode Studena, obogaćen vitaminom C i bez konzervansa. Hippy u sebi sadrži 3% prirodnog voćnog soka kruške i jabuke, svima dobro poznatog okusa. Boca za ovaj proizvod također je novog dizajna u kakovu se puni i Cool cola. Ima elegantne ovalne linije, a u sredini je dodatno



učvršćena spiralnim linijama, koje su joj dale uz čvrstoću i profinjen izgled. U gornjem dijelu je jasno istaknut logo Studene, koji još jednom podsjeća potrošače da je taj proizvod proizve-

den na bazi izvorske vode Studena. Na etiketi je jasno istaknuto ime Hippy, u što su ukomponirane slamčica i čaša koje dodatno komuniciraju s potrošačima da se radi o soku. **I. B.**

# Algida i Tifon vas daruju

Od 15. lipnja u tijeku je akcija "Algida i Tifon vas daruju". Svakom potrošaču koji do kraja kolovoza na Tifonovim benzinskim postajama u Ravnoj Gori, Bosiljevu, Jasenicama ili Kraljevici kupi jedan sladoled Magnum i jedan Cornetto, dobiva gratis Algida loptu za plažu. Podravka je od 2003. godine ekskluzivni distributer za Unilever za područje Hrvatske, svjetski poznatih sladoleda Eskimo/Algida. Budući da ovoga ljeta iz Podravkine Prodaje poručuju - kupi dva i lopta je tvoja, ne propustite se na svojem putu osladiti Magnumom i Cornettom te usput osvojiti loptu za plažu. Unilever s markama poput Eskimo/Algida, Magnum, Cornetto, Cornetto Soft, Solero, Viennetta, Carte D'Or i drugima, jedan je od najjačih svjetskih brandova u području sladoleda i zauzima vodeće mjesto u svijetu po kvaliteti i tržišnim udjelima u kategorijama impulsivnog i obiteljskog sladoleda. Cilj je ove zajedničke akcije Podravke i Tifona povećanje prodaje i jačanje navika potrošnje Algida sladoleda, rekao je voditelj prodaje posebnih kanala distribucije Igor Manjić.



**I. B.**

## Pod motom Uvijek sa srcem Podravka i dalje pomaže razminiranje Hrvatske

# Gulašom protiv mina

Da na svježem planinskom zraku gulaš paše i najprobirljivijima znano je već poodavno, ali da Podravkin goveđi gulaš može zakratko postati najtraženijom delicijom nije pretpostavljao nitko od organizatora humanitarne akcije za "Hrvatsku bez mina". Zamišljena kao cjelodnevno druženje uz glazbu i domaće specijalitete u planinarskom domu Puntijarka na Sljemenu, ova akcija okupila je petstotinjak Zagrepčana koji su kupnjom ulaznice po cijeni od 150 kuna omogućili razminiranje nekoliko stotina kvadratnih metara u Hrvatskoj. Svi oni mogli su uživati u nastupima grupe Magazin, Vesne Pisarović, Massima, Borisa Babarovića Barbe, mariachi sastava El Nino, Ivane Brkić, imitatora Denisa Bašića

i Tamburaškog orkestra KUD-a Podravka, te isprobati specijalitete koje su pripremili sponzori među kojima je bila i Podravka. Promotori kulinarstva Ivan Curić i Zoran Delić, koji su pripremali Podravkin goveđi gulaš, postali su zapravo prave zvijezde koje su svi hvalili zbog umješnosti. U čemu je tajna tako dobrog gulaša, pitali su mnogi. Voditelj Trpimir Vicković Vicko, koji je cijelu manifestaciju vodio s kapom Studene na glavi, priznao je da je pojeo dvije porcije, vlasnica restorana u Puntijarki Božica Glazer iznenađeno je kometirala da nije mogla vjerovati da proizvod iz konzerve može imati tako domaći okus, a Mario Jagatić, pokretač akcije «Kuhačom protiv mina», rekao je da ovaj

Podravkin proizvod obvezno ulazi na jelovnik njegove obitelji.

Veliko zanimanje izazvalo je i predstavljanje originalnog hrvatskog suvenira - promo pakiranja retro Vegete s knjižicom recepata i pekmezom od šljiva koje je predstavnic Podravke na ovoj humanitarnoj akciji Jadranka Lakuš uručila voditeljicama Ani Brbori-Hum i Tijani Šafar.

Zbog svog uključivanja u ovu humanitarnu akciju, kojoj su pokrovitelji bili Poglavarstvo grada Zagreba, Turistička zajednica grada Zagreba, zlatni sponzor domaći trgovački lanac CBA, a medijski pokrovitelji Večernji list i OTV koji su opširno izvjestili o događanju na Sljemenu, Podravka je pobrala brojne simpatije. **J. L.**



Podravkin goveđi gulaš bio je najtraženiji specijalitet



Ponude ljetovanja

## Destinacija Solaris izuzetna prilika za Podravkaše

Solaris je turističko naselje u sjevernoj Dalmaciji, najljepšoj morskoj regiji s tisuću otoka, netaknutom prirodom, čistim morem i bogatom povijesti. Nalazi se u središtu hrvatskog Jadrana, u neposrednoj blizini gradova bogatih povijesnim i kulturnim naslijeđem: četiri kilometra udaljenog Šibenika, te Trogira, Splita, Zadra i Knina. Ono što ovu regiju čini iznimnom su četiri nacionalna parka, hrvatska bisera: Kornatski arhipelag, slapovi rijeke Krke, Plitvička jezera i kanjon Paklenica. Solaris od autoceste dijeli samo četiri kilometra, a do najbližih zračnih luka (plitske i zadarske) autocestom se stiže za 40 minuta. Zbog toga je dostupna destinacija za posjetitelje iz cijelog svijeta.

Pet hotela (Ivan, Andrija, Jakov, Jure i Niko), autokamp Solaris, apartmansko naselje i yacht marina smje-

šteni su u borovoj šumi neposredno uz morsku obalu s predivnim kilometarskim plažama, što ih čini savršenim mjestom za savršen odmor. Spa & Beauty najveći je wellness centar u Dalmaciji. To je kompleks grijanih zatvorenih bazena s morskom i slatkom vodom, s brojnim vodenim efektima, sa svom najmodernijom opremom prilagođenom potrebama današnjeg tempa života. U tu se svrhu nude: sobe za masažu, saune, terapije ljekovitim blatom; kozmetički tretmani lica i tijela, aromaterapija, manikura, pedikura, depilacija, solarij, limfna drenaža; specijalizirani programi: managerski, antistres, relax-energy, vital, umirovljenički, programi mršavljenja; yoga i pilates tehnike oblikovanja tijela. Solaris pruža mogućnost odmora za sve uzraste uz dnevni i večernji animacijski program. Brojni



su sadržaji samo za djecu: dječji grad Dalmati, igraonica, trampulin, pješčanik, tobogani... Posebno su osmišljena mjesta s različitim zabavnim i glazbenim programima. Tradiciju ovog kraja na najbolji će način prezentirati nastupi klape Solaris. Ispunjeni boravak postiže se uz brojne sportske sadržaje: tenis, odbojku, ko-

šarku, mali nogomet, kuglanu, mini golf, stolni tenis, odbojku na pijesku, vođene sportove.

Provedite aktivan odmor, jer je to vaš izbor.

*Tel. 022/361- 025 (Katarina Lalić, Marketing)*

*Fax.: 022 - 361 - 800  
www.solaris.hr*

Aktivnosti Podravke na tržištu Srbije

## Podravka sponzor dječjim Igrama bez granica

Proteklog su vikenda na Adi Ciganliji u Beogradu održane igre pod nazivom "Igre bez granica - Uvijek sa srcem, Podravka" u kojima su sudjelovala djeca s posebnim potrebama. Na veselom natjecanju, čiji je glavni sponzor bila Podravka, sudjelovalo je više od 100 djece iz 11 domova iz Beograda i unutrašnjosti Srbije. U bogatom programu koji je organizirala Humanitarna organizacija "mali Veliki ljudi" djeca su se natjecala u više disciplina: golf, provlačenje kroz obruč, karaoke, ples, kuglanje. I druga djeca, koja su s roditeljima bila na Adi, priključivala su se igri kao i predstavama koje su za djecu održali mađioničar i dječje kazalište "Poletarac".

Kraj programa kulminirao je dodjelom medalja svim sudionicima te

pehara ekipi koja je bila najuspješnija u svim disciplinama - to je bila ekipa doma za djecu sa posebnim potrebama "Vera Blagojević" iz Banje Koviljače. Medalje i pehar uručili su predstavnik humanitarne organizacije "mali Veliki ljudi" Saša Milosavljević, i direktor marketinga Podravkinog poduzeća iz Beograda Dalibor Kezele.

### Brat i sestra se upoznali na Igrama bez granica

Želja Podravke i humanitarne organizacije "mali Veliki ljudi" bila je da se pruži radost djeci koja žive na marginama društva, a kao što to uvijek biva, desilo se još nešto mimo svih planova i očekivanja: neočekivan susret brata i sestre koji od rođenja žive razdvojeni po domovi-



Podravka je svojim sponzorstvom pomogla igre djece s posebnim potrebama

ma, i nisu nikad ni znali da imaju brata odnosno sestru. Jednostavno, djeca su se prepoznala zahvaljujući iznimnoj fizičkoj sličnosti. Bio je to

dirljiv susret koji je ganuo sve nazočne i dokaz da Igre bez granica mogu ispričati i najljepše životne priče...

**V. Š.**

**Moj hobi: Nada Tisaj, Podravkina umirovljenica**

## Nada u svom biljnom carstvu

Piše: **Slavko Petrić**

Nada Tisaj je bila odlična Podravkina rukometašica sredinom sedamdesetih godina u generaciji koja je proslavila Podravkin rukomet. Našla se među rukometnim zvijezdama, a obukla je i dres omladinske reprezentacije. Brza, okretna, vješta odavala je igračicu koja bi u rukometu mogla daleko. No, nije imala sreće. Nekoliko ozbiljnih ozljeda i brzi odlazak iz igre koju je neizmjereno voljela i za nju živjela kao i mnoge druge koprivničke djevojke. U to vrijeme bila je trgovkinja u Izvoru, a ostale 22 godine, od 32 radnog staža, provela je u Podravki. Prvo u odjelu ambalaže, pa vanjskoj trgovini, financijama, a u mirovinu je prošle godine otišla s radnog mjesta blagajnice. Napustila je Podravku u kojoj je s nepunih 55 mogla i te kako biti korisna. Najviše zbog čuvanja unuka Jana i Frana, a



najmanje zbog 1200 mjesečnih penzionerskih kuna što joj često poput pelina zagorčava prekrasnu svakodnevicu koju je Nada stvorila zahvaljujući prirodi. Bilju. Zbog biljaka, cvijeća, povrća i svega lijepoga što je

okružuje dobila je prije nekoliko godina i gradsku nagradu (drugo mjesto) za najuređeniji okoliš stambenog objekta na Lenišću, a na njezinom "ladanjskom" posjedu u Draganovcu jedna je djevojka maturirala na poljoprivrednoj školi.

Cijela Nadina životna filozofija, kojoj se predaje, počinje jutarnjim cvrkutom ptica, prirodom, cvijećem, a zatim dolaze na red špinat, brokula, blitva, luk, salata, zelje... "Ne znam kojeg povrća, ali i cvijeća nemam. U jednom trenutku imala sam 50 vrsti ruža!" Gušt joj je kada ubire plodove, kada ih jedu djeca, ali radosna je kada ih podijeli prijateljima, rodbini, susjedima.

- Obožavam biljke i gotovo cijeli dan provodim s njima kod kuće ili u vinogradu. S malom mirovinom moram to raditi, a kada to i ludo volim - ništa mi nije teško. Ove godine još nisam bila na placu. Sve uzgajam sama - povrće, voće i cvijeće, s tim da kod mene nema ni pesticida ni herbicida, već je sve čisti ekološki uzgoj -

kaže Nada o svojim nasadima, o povrtnom i voćnom bogatstvu koji plijene izgledom, a posebno poglavlje je pak ljekovito bilje. U tome Nada je pravi virtuozi.

U njezinom vrtu složno napreduju matičnjak, melisa, pelin, majčina dušica, bosiljak, neven, kadifica ("Svaki vrt trebao bi imati kadificu koja odbija puževe i štiti povrće, te nevena i dragoljuba koji su dobra zaštita od insekata"). A sve to bilje prska otopenama koprive i češnjaka dodajući kameno brašno. Bio-proizvodnja s kakvom se ne mogu pohvaliti na bilo kojoj tržnici. Jestivi plodovi završavaju u Nadinoj kuhinji opet na ekoprincipu. Pretežno na lešo.

Kad se "odmara" od ljubavi koja se zove bilje, Nada uzima u ruke igle za heklanje ili štrikanje. Ovaj je zanat naučila sama. Često putujući vlakom na utakmice. Danas izrađuje odjevne predmete djeci, a prije je znala štrikati i iz usluge. Friški umirovljenički dani uz ovakve prirodne blagodati u potpunosti su joj ispunjeni.

### Podravkin periskop



## Potrošači postaju sve moćniji

Pripremio: **Vlado Markota**  
Strateški razvoj

Izjava "potrošač je kralj" već duže vrijeme zvuči pomalo prazno i otrcano. Međutim danas, u vrijeme digitalnog tržišta, ova izjava postaje ponovno aktualna, odnosno istinita. Mogućnost dobivanja informacija o čemu god želite i kad god to želite, dala je potrošačima neslučajnu snagu. Potrošači danas su informirani o svemu i preuzimaju kontrolu nad onim što žele čuti i naučiti o proizvodima na tržištu.

Potrošači zapravo već decenijama govore agencijama za istraživanje tržišta, kako ne vjeruju reklamnim porukama i oglasima. U posljednje vrijeme ovaj stav se još više radikalizirao i potrošači nastoje izbjeći reklame gdje god to mogu.

S porastom korištenja interneta, ubrzale su se neke promjene u načinu ponašanja potrošača glede korištenja medija, pa oglašivači sada moraju vrlo pažljivo razmišljati ne samo o tome koji će medij odabrati da dopru do svoje ciljne grupe potrošača, već i što ljudi još rade u to vrijeme kada se reklama vrti na nekom mediju. Sve češće su ljudi na internetu, dok usputno slušaju radio ili televiziju.

Kroz oglase i odnose s javnošću kompanije pokušavaju kontrolirati i sve što se o njima govori ili piše. Kompanije su sve više posebno ozbiljne glede blogova: Microsoft je, na primjer, čak angažirao čuvenog blogera Roberta Scoblea da radi blogove za njih, doduše uz ukalkulirani određeni rizik da bi se mogao i "zekati" na račun njihovih proizvoda.

Što kompanija ima manju kontrolu nad svojom marketinškom porukom, veća je njena vjerodostojnost, kažu neki marketinški specijalisti. Ljudi u marketingu moraju konačno shvatiti, da marke više ne pripadaju njima, već ljudima koji ih kupuju i koriste. Potrošači su stvarni ljudi, a kompanije koje to budu prepoznale dobro će prolaziti, tvrde neki marketinški eksperti. Sve dok su marketingaši i dalje naklonjeni svoje aktivnosti voditi kao svojevrzne "ratne operacije", u kojima su potrošači "ciljevi" ili "mete" za njihove reklamne poruke, a reklamne "kampanje" su namijenjene "slamanju otpora" potrošača prema nečemu i tome slično, neće biti pravog efekta na potrošače.

Za kompaniju su među najvrednijim potrošačima njenih marki oni potrošači, koje neki stručnjaci opisuju kao "inspiracijski potrošači" - ljudi koji su usko povezani s kompanijom i njenim proizvodima. Može na prvi pogled zvučati i čudno, ali neki od najboljih "ambasadora marke proizvoda", koji generiraju puno besplatnog publiciteta, mogu biti i ljudi koji vode taj biznis. Potrošači ponekad odmah prepoznaju brand preko vlasnika ili rukovoditelja kompanije koja ga proizvodi. Uzmimo samo Enca Ferrarija kao primjer.



# Zid boli u parku Podravkine Udruge branitelja

Samo dva dana nakon što je u Zagrebu premješten Zid boli sa Savske ceste na Mirogoj, koji je bio sastavljen od 13.600 opeka na kojima su bila ispisana imena poginulih, nestalih i umrlih hrvatskih branitelja, sličan spomenik – u povodu Dana državnosti, a na inicijativu Mladena Pavkovića – članovi koprivničke Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke (UBIUDR) podigli su u svom spomen-parku posvećenom onima koji su bili prvi kad je trebalo, a kojih danas na žalost više nema. Spomenik, kojeg su također nazvali Zid boli, sastoji se od 18 opeka na kojima su napisana imena isto toliko poginulih hrvatskih branitelja iz naše tvrtke.

Branitelji Podravkine Udruge i na taj način žele skrenuti pozornost na neprimjereno uklanjanje Zida boli u Zagrebu, ali i još jednom odati dužnu zahvalnost poginulim hrvatskim braniteljima.

Ujedno pozivaju i ostale udruge proizašle iz hrvatskog Domovinskog rata diljem Hrvatske da im se pridruže u ovoj plemenitoj akciji protiv zaborava, odnosno da učine isto ili slično u svojim sredinama!



Na slici B. Fabijanac: Zid boli posvećen poginulim braniteljima iz naše tvrtke

## Predstava “Cabares, Cabarei” u Koprivnici

Zijah Sokolović i ove godine gostuje u Koprivnici u okviru programa “Koprivničkog ljeta”.

Nakon njegove uspješnice “Kobajagi donijela me roda” koji je jednako dobro prihvatila publika i kritika, koprivničkoj kazališnoj publici Zijah Sokolović odigrat će životnu komediju, koju je autor nazvao kabaretom, ali riječ je o posve ozbiljnom komadu koji govori o nemilosrdnom razgolicavanju života.

Predstava će se odigrati u koprivničkom Domoljubu u četvrtak, 7. srpnja, s početkom u 20 sati, a ulaznice po cijeni od 30 kuna mogu se kupiti na blagajni “Domoljuba”.

### Liječnik za vas

## Zdrava prehrana (2)

Piše: **dr. Ivo Belan**

### Jedite hranu bogatu škrobom i vlaknastim komponentama

Kruh, riža, tjestenina, žitarice, krumpiri i druga škrobasta hrana pružaju škrob i vlaknaste komponente koji su važni za naše zdravlje. Ta hrana također pruža i druge hranjive tvari - bjelančevine, vitamine i minerale - sve uz malo masti. Postoje mnogi načini kako pripremati te namirnice i uživati u njihovom konzumiranju uz mali trošak.

Vlaknaste komponente u toj hrani pomažu u sprečavanju začepljenosti i smanjuju rizik nekih čestih bolesti crijeva. Kruh, tjestenina, žitarice i riža od cjelovitog zrnja imaju više vlaknastih komponenta.

Zob, grah, grašak, leća, voće i povrće sadrže drukčije vrste vlaknastih komponenta, koje mogu pomoći u smanjenju količine kolesterola u krvi.

Konzumiranje obje vrste vlakana pomaže našem zdravlju.

Umijeće je pronaći način kako uživati u svoj toj hrani, bez da se takvim obrocima doda puno masti ili šećera. Mnogi poznati obroci pružaju dobre primjere: sendviči s malo masti i s malo namaza maslaca, grah s tjesteninom, žitne pahuljice s manje masnim mlijekom za doručak, riža s graškom, kuhani krumpiri, pizza bez previše sira, špageti s umakom od rajčice itd.

### Manje masnoća - manje rizika

Postoje neke osnovne masti koje su za nas važne isto kao i vitamini. Ipak, većina od nas ima koristi od konzumiranja manjih količina masti. Već i male promjene u izboru hrane koju jedemo mogu značiti mnogo. Ako ih se pridržavamo.

Uzimati previše masnoća može pridonijeti pojavi srčanog oboljenja. Neke češće vrste raka, uključujući i rak dojke, mogu biti povezane sa stilom prehrane u kojoj su visoko zastupljene masti. Veliki unos masnoća u organizam može također povećati rizik i od drugih čestih bolesti i prodonijeti prekomjernoj tjelesnoj težini. Neki su rizici nasljedni, međutim promjene u našoj prehrani mogu napraviti razliku.

Ne pušiti i redovito tjelesno vježbati također je važno.

Mi uglavnom konzumiramo zasićene masti putem kolača, torti, sira, masti za kuhanje, tvrdog margarina, pašteta, masnog mesa, punomasnog mlijeka. Zasićene masti možemo reducirati koliko god želimo, jer ih naše tijelo ustvari ne treba. Mekše masti i ulja sadrže više jednostavnih i višestruko nezasićenih masti.

Prilikom konzumiranja mesa dobro je odstraniti masne dijelove, odnosno jesti krto meso. Neka na jelovniku češće bude riba i perad. Odaberite mlijeko s manjim postotkom masti. Isto tako i razne namaze. Za pečenje upotrebljavajte ulje.

Međutim, da se razumijemo, nema nikakvog zla u tome da *povremeno* imamo i obrok s više masnoća!

### Slatku hranu ne jesti prečesto

Konzumiranje slatke hrane je glavni uzrok propadanja zubi. Bakterije na zubima koriste šećer za stvaranje kiseline i to je ono što uzrokuje propadanje, truljenje. Potrebno je redovno čišćenje zubi s pastom koja sadrži fluor i pomaže u sprečavanju propadanja zubi jačanjem cakline. Ali i pored toga, sve naslage zubnog kamenca se ne mogu

odstraniti, pa konzumiranje šećera i nadalje oštećuje zube. Nije u pitanju samo količina šećera, nego koliko često ga se jede. Od pomoći je ako ograničite slatku hranu i piće samo u vrijeme obroka, a izbjegavate ih u drugo doba dana, posebno navečer prije spavanja.

Osim za vrijeme napornih tjelovježbi, šećer nije bolji izvor energije nego što je ista količina kalorija iz drugih vrsta hrane. Dakle, slatka hrane nije tabu, ali što manje - to bolje.

### Neka bude vitamina i minerala u hrani

Ako se vaša prehrana sastoji uglavnom od četiri grupe hranjivih tvari, obično ćete dobivati sve vitamine i minerale koje trebate. Hrana je bolji način da ih si osigurate nego tablete.

Kako biste izvukli najviše ih hrane kad je u pitanju okus i hranjivost:

- Konzumirajte svježe povrće i voće što je prije moguće ili koristite smrznuto. Količina vitamina pada s vremenom i kuhanjem, prema tome nemojte hranu prekomjerno kuhati.
- Nemojte ostavljati izrezano povrće na otvorenom, na svjetlu i toplini; pokrijte ga i ohladite. Nemojte ga namakati: vitamini i minerali se mogu otopiti i napustiti svog “domaćina”.
- Kuhajte u što manje vode. Ako iskoristite tu vodu za neki umak ili juhu, uspjete sačuvati nešto vitamina i minerala.
- Započnite proces kuhanja s kipućom vodom, čak i za kuhanje krumpira. Posudu čvrsto pokrijte, jer tako skraćujete vrijeme kuhanja.
- Ne održavajte hranu predugo vrućom. Količina vitamina se smanjuje unutar nekoliko minuta.

### Novo

## Vikend akcije u Podravkinim diskontima

Po uzoru na trgovačke trendove u Hrvatskoj, u Podravkinim diskontima od ovoga vikenda početak akcije na kojima će potrošači moći kupiti razne proizvode iz asortimana diskonta po znatno sniženim cijenama. Već ovoga petka i subote, 1. i 2. srpnja, potrošači će moći kupiti 15-ak artikala povoljnije, a takva povoljna kupnja nastaviti će se tijekom ovih ljetnih mjeseci. Dakle, svakoga petka i subote kupci će moći kupiti proizvode na sniženju i to ne samo Podravkine, već i proizvode ostalih dobavljača Podravkinih diskonta.

### Vikend akcija u diskontima Maloprodaje 1. i 2. 7. 2005.

Promotivno pakiranje Vegete - 2 vrećice po 250 g + doza

23,38 kn



	redovna cijena	akcijska cijena
Vegeta Twist grill bočica	9,89 kn	7,40 kn
Mesni doručak 150 g	6,98 kn	5,55 kn
Oštro brašno 1 kg	4,78 kn	3,82 kn
Ajvar blagi 690 g	20,95 kn	15,45 kn
Pecivo - domaći slani klipić 500 g	11,10 kn	9,16 kn
Pecivo - domaći kukuruzni klipić 500 g	10,10 kn	8,32 kn
Polupečeno tijesto za pizzu	7,30 kn	6,05 kn
Mlinci 250 g	6,82 kn	6,00 kn
Kiflice orah 500 g	17,32 kn	14,49 kn
Domaće čajno pecivo - razno 500 g	15,68 kn	13,99 kn
Pureći zabatak, minipack (smrznuto)	34,38 kn	27,95 kn
Pureći file, diskontno pakiranje	55,41 kn	47,71 kn
Faks aquamarine 4,5 kg	65,85 kn	58,17 kn
Faks aquamarine hygienic 4,5 kg		
+ Likvi 0,5 lit. gratis	65,85 kn	58,17 kn

Uz gore navedene proizvode, svakodnevno u Podravkinim diskontima (Ante Starčevića 32, Kneza Domagoja 5, "Kifla" - Trg slobode 6 i Gradska tržnica) nudi se na akcijskim policama na desetine artikala koji su zbog raznih okolnosti konstantno na akcijskim prodajama.

Također, podsjećamo radnike Podravke da kupljenu robu u Diskontu 2, Kneza Domagoja 5, u visini do 1.500 kuna mogu plaćati putem Službe obustava, i to na tri rate.

## Jelovnik

<b>4. 7. ponedjeljak:</b>	- Varivo mahune, hrenovke, kolač
<b>5. 7. utorak:</b>	- Junetina na lovački, kukuruzni žganci, salata
<b>6. 7. srijeda:</b>	- Pečena piletina, mlinci, salata
<b>7. 7. četvrtak:</b>	- Đuveč, rizi-bizi, salata
<b>8. 7. petak:</b>	- Prženi oslić, slani krumpir, salata

### NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

**Osnivač i izdavač:**  
PODRAVKA, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica  
**Glavni i odgovorni urednik:**  
Branko Peroš  
**Redakcija lista:**  
Branko Peroš, Alen Kišić, Boris Fabijanec, Mladen Pavković, Ines Banjanin i Slavko Petrić  
**Fotograf:**  
Nikola Wolf  
**Tisak:**  
Koprivnička tiskarnica d.o.o. Koprivnica

**Naklada:**  
8300 primjeraka  
List izlazi svakog petka i primaju ga svi radnici besplatno.  
Adresa uredništva:  
Ulica Ante Starčevića 32, 48000 Koprivnica  
Telefoni - direktni:  
651-505 (urednik) i 651-503 (novinari)  
Faks: 621-061  
e-mail:novine@podravka.hr



## Sport

### Podravkina kuglačica odlikovana za Dan državnosti

# Državno odlikovanje Željki Orehovec

Piše: **Jadranka Lakuš**

Aktualna svjetska rekorderka kuglačica Podravke Željka Orehovec, koja prema odluci Hrvatskog olimpijskog odbora nosi titulu vrhunske sportašice i koja je ovogodišnja dobitnica nagrade Koprivničko - križevačke županije za iznimna postignuća, brojnim je priznanjima uoči ovogodišnjeg Dana državnosti pridodala još jedno - odlikovanje Reda Danice hrvatske s likom Franje Bučara. Visoko državno odlikovanje za iznimna postignuća u sportu uručio joj je predsjednik Republike Hrvatske Stjepan Mesić na svečanosti održanoj u Uredu predsjednika RH na zagrebačkom Pantovčaku. Time se Željka Orehovec uključila u krug odabranih hrvatskih sportaša, prepoznatih ne samo po svojim vrhunskim rezultatima nego i nemjerljivom doprinosu promicanju sportskih i ljudskih vrijednosti u zemlji i svijetu. Odličje koje je dobila tim je vrednije što se Željka ne bavi nekim

izrazito popularnim sportom u koji su stalno uperene oči najšire javnosti i što evropske i svjetske medalje osvaja uz svakodnevni posao referentice u Marketingu Podravke. Na tome joj je posebno čestitao predsjednik Mesić koji se nakon ceremonije dodjele državnih odlikovanja zadržao s dobitnicima u kraćem srdačnom razgovoru.

Sa Željkinim uspjesima - među kojima se posebno ističu onaj prošlogodišnji postignut u Brashovu u Rumunjskoj na Svjetskom kuglačkom prvenstvu kada je postala svjetska prvakinja, a ujedno i svjetska rekorderka u kombinaciji, te najnoviji zabilježen nedavno na Svjetskom prvenstvu u Novom Sadu gdje je s reprezentacijom Hrvatska osvojila ekipnu brončanu medalju, postigavši pritom svjetski rekord sa 635 srušenih čunjeva - predsjednika je upoznao Koprivničko-križevački župan Josip Friščić koji je u ime županije kao predlagачa za dodjelu odlikovanja prisustvovao svečanosti u Predsjedničkim dvorima.



Skromna kao i uvijek, Željka je čestitke i odlikovanje primila uz izjavu da iza njenih rezultata stoji ne samo 17-godišnji trud i upornost, nego i podrška njene obitelji i velika potpora koju joj pružaju kolege s posla i kompanija Podravka.

- Moram priznati da sam jako sretna, posebice kad sam od člana komisije za dodjelu odlikovanja čula podatak da je od ukupnog broja predloženih za odlikovanja iz cijele Hrvatske, tek 10 posto

izabrano za dodjelu odličja. Ovakvo odlikovanje se može dobiti samo jednom u životu i zaista sam ponosna što sam ga "osvojila" - rekla je Željka Orehovec neposredno nakon svečanosti na kojoj je bila jedina žena i sportašica odlikovana uoči Dana državnosti.

Mimo i odlučno, baš kao kad na stazi k'o od šale obara svjetske rekorde, pišući najljepše stranice hrvatskog sporta, obećala je da će joj to biti dodatni

poticaj za daljnje postizanje vrhunskih rezultata, posebice sada kada se kuglanje nastoji izboriti da postane jednim od olimpijskih sportova. Jer, Željka već ima sve što se u kuglanju može osvojiti, nedostaje joj samo olimpijska medalja. Ostvarenje tog sna, kao i onog da konačno u Koprivnici ima prave uvjete za bavljenje kuglanjem, odnosno da se riješi pitanje kuglane, na žalost ne ovisi o Željki. Kad bi ovisilo, ona bi već sigurno bila na Olimpiu.

### Intertoto kup - 1. kolo, uzvratna utakmica

## Slavenaši u 2. kolu

#### DRAVA - SLAVEN BELUPO 0:1 (0:0)

Najave trenera Slaven Belupa Branka Karačića kako će 1:0 iz prve koprivničke utakmice biti dovoljno za mariborski uzvrat ostvarile su se. I opet u nekvalitetnoj utakmici, kao što je bila i koprivnička, Slavenaši su pobijedili te se plasirali u drugo kolo Intertoto kupa. Na ovoj utakmici najviše veseli što su prinove iz Kamen Ingrada Kurilić i Šaranović pokazali da su pun pogodak u ovom prijelaznom razdoblju. Posebice Šaranović koji je postigao i pogodak, a igrao je samo zadnjih petnaestak minuta i on će sigurno uz Karabogda-

na biti nositelj igre u napadu Slavena.

Domaći nogometaši su od prve minute krenuli u napad želeći anulirati prednost Slaven Belupa. Već u drugoj minuti opasno glavom puca Alibabić, ali vratar Slaven Belupa Pelin, koji je napokon dobio svojih pet minuta i bio također jedno od ugodnih iznenađenja na mariborskoj utakmici, paradom brani. Nekoliko minuta kasnije bilježimo karakterističan prodor Karabogdana po lijevoj strani, ali na njegovu nabačenu loptu zakašnjava Pejić. Nakon toga opet nekoliko prigoda Slovenaca, ali Pelin je na mjestu. Mogli su i

Slavenaši postići pogodak, posebice Karabogdan, koji si daje predug for, te neprecizni Musa.

U nastavku gotovo ista priča. Nogometaši Drave imaju više od igre, a Slavenaši čekaju svoje prigode u kontrama i polukontrama. No, i na jednoj i na drugoj momčadi vidjelo se da su olovne noge. Nikako da povežu nekoliko lopti zaredom pa sve to izgleda stihijski. U 52. minuti probao je Musa lobati domaćeg vratara Dabanovića, ali je prebacio i vrata. U 73. minuti domaćini izvode lijepu akciju, ali u završnici udarac Zajca sigurni Pelin brani. I onda pred sam kraj utakmice najljepša akcija. Klasični prodor Karabogdana po lijevoj strani, odličan ubačaj na drugu stativu, gdje Šaranović glavom zakucava loptu u mrežu - 1:0 i

zaslužena pobjeda Slaven Belupa u Mariboru.

U drugom kolu Intertoto kupa koprivničkim nogometašima dolazi u goste ekipa Glorije 1922 Bistrita iz Rumunjske. Oni su u prvom kolu pobijedili Olympiakos s Cipra ukupnim rezultatom 16:0. Pobjednik ovih susreta igrat će u 3. kolu s jednim od najboljih europskih klubova, španjolskim Deportivojem iz La Corune.

Nakon mariborske utakmice trener Branko Karačić je izjavio:

- Pozitivan rezultat iz prve utakmice olakšao nam je posao u uzvratu, jer je domaćin morao cijelo vrijeme napadati. Svjesno smo prepustili inicijativu Dravi u prvom dijelu, dok smo mi iz kontr i polukontri imali dobre prigode koje

nismo iskoristili. U nastavku je kod igrača postao vidljiv umor, ali nisam želio prebrzo raditi izmjene jer smo dobro stajali na terenu. Na kraju smo ipak postigli pogodak i zasluženog prošli dalje. S obzirom na utakmice Intertoto kupa, možemo raditi 15 do 20 posto manje od zamišljenoga. Već sam najavio da nisam opterećen Intertotom. Naravno, pokušat ćemo proći i u 3. kolo, ali ne želim se previše opterećivati, jer je meni najvažnije dobro spremiti igrače za početak domaćeg prvenstva.

Protiv Drave iz Ptuja za Slaven Belupo su igrali: Pelin, Crnac, Kurilić, Gal, Bošnjak (od 78. Šaranović), Vukojević, Musa (od 79. Dodik), Šomoci (od 90. Kelemen), Višković, Pejić i Karabogdan. **B. F.**

### RK Podravka Vegeta

## Nova pojačanja

Od danas, 1. srpnja, počinje prijelazni rok za rukometašice koji će trajati do 30. srpnja. Kako bi se dosadašnja medijska nagađanja tko dolazi a tko odlazi iz Podravke Vegete privela kraju, direktor klu-

ba Marijan Domović sazvao je 30. lipnja konferenciju za novinare na kojoj je objavio imena s kojima koprivnički rukometni klub računa u idućoj sezoni. Nova pojačanja su: Sergeja Stepanišin iz riječkog Za-

meta te ujedno reprezentativna vartarka Slovenije, Svitlana Pasičnik i Lidija Horvat iz Lokomotive, reprezentativke Hrvatske, Maja Kožnjak iz TVIN Trgocentra, također reprezentativka, Anita Gaće iz Osijeka te Andreja Šerić iz solinskog Lipovca.

- Podravka Vegeta u idućoj rukometnoj sezoni ima velikih ambicija i siguran sam da će ova pojačanja

donijeti dodatnu kvalitetu našem klubu - rekao je na konferenciji za novinare Marijan Domović.

Uz igrački kadar, Podravka Vegeta pojačava i stručni kadar pa će tako stručni stožer kluba pojačati iskusni rukometni znalac Mato Matijević. Također, na konferenciji je najavljeno današnje otvorenje izložbe dijela trofeja kluba u izlogu

Gradske knjižnice, a u povodu 50. godišnjice Podravke Vegete. Izložba će se moći razgledati do 10. srpnja.

Što se pak tiče priprema, one počinju 1. kolovoza i već idući dan rukometašice Podravke Vegete odlaze u Mali Lošinj, a nakon toga od 10. do 15. kolovoza pripremat će se u slovenskom Zreču.

**B. F.**

### Razgovor: Ivan Pal, predsjednik Zajednice športskih udruga grada Koprivnice

## Svaki osmi stanovnik našeg grada aktivno se bavi sportom

Razgovarao i snimio: **Slavko Petrić**

U trenucima kada koprivnički sport bilježi europske i svjetske rezultate sigurno je ugodno biti predsjednik Zajednice športskih udruga grada Koprivnice. Sportskog djelatnika koji je na čelu udruge što objedinjava 54 klubova, najviše nogometnih, i namiruje njihovu aktivnost sa četiri milijuna proračunskih kuna upitali smo o trenutnom stanju koprivničkog sporta s obzirom na masovnost i na kvalitetu.

- Svake godine bilježimo vidan napredak, a mjerilo nam je broj mladih ljudi uključenih u sportske aktivnosti. Zavidna je brojka kada kažemo da se danas svaki osmi stanovnik našeg grada aktivno bavi

sportom. Nismo zadovoljni jedino činjenicom da je od toga tri četvrtine muškaraca, a ostalo žene. U ovom trenutku Koprivnica ima nekoliko prvaka Hrvatske, što u ekipnoj što u pojedinačnoj konkurenciji, a i nekoliko sredina u kojima se postižu europski i svjetski rezultati. Tu su poglavito kuglačice i rukometašice Podravke te nogometaši Slaven Belupa. Kuglačice su ostvarile najvidniji napredak, a veseli da su u velikom zaletu hrvači Podravke, a imat ćemo i tri mlada šahista na svjetskom prvenstvu. O nogometu gotovo da i ne govorimo jer njega smatramo izvan kategorije, svjetskim sportom - kaže Pal o koprivničkoj sportskoj sceni. *- Podravkin sport?*

- Mi ga dijelimo na profesionalni rukometni, koji mi ne pratimo, i na ostale sportove. Mi izdvajamo sredstva za klubove, osim rukometnog, a financiramo i omladinske ekipe Rukometnog kluba kao amaterski pogon. Rukomet nam je drugi sport po izdvajanju gdje sa 1,2 milijuna kuna materijalno pomažemo 15 škola. Ovom prilikom iznio bih i Podravkinom menadžmentu prijedlog da počne promišljati na način kao mnoge europske države. Slaven i rukomet su marketinški projekti, ali Podravka ima i izvanredne kuglačice, stolnotenisače, ribiče, hrvače, atletičarke. Tu bi se moglo formirati sportsko društvo i dio od ukupnog sportskog kolača izdvajati u ama-

terski pogon što bi bio svojevrsni doprinos sredini u kojoj Podravka djeluje. Zbog toga potez Belupa, koji je zimi u Koprivnici izgradio klizalište cijenim fenomenalnim. Kada bi se na Podravku i Belupo ugledale i druge koprivničke tvrtke, Koprivnica bi bila malo europsko sportsko središte.

- *Da li je Koprivnica spremna i sposobna da oformi rukometnu i nogometnu školu u smislu institucija, svojevrsnih "akademija"?*

- Svakako. Zadatak naše udruge je da u rukometu i nogometu stvorimo uvjete da se sve djevojčice i dječaci bave sportom, a selekcije će istaknuti najbolje. Za to bi bile idealne baš rukometna i nogo-



metna akademija. Za rukomet postoje svi uvjeti, od terena i stručnjaka, dok je nogomet blizu tome. U tom slučaju sport bi bio definitivno promaknut u "brand" grada, a za što postoje svi uvjeti, pa i materijalni - naglasio je Pal.



Održano polufinale “Novinarskog kotlića” u kuhanju lovačkog gulaša

Ekipa Podravka - Radio Koprivnica u finalu prvenstva

U simpatičnom mjestu Dražice, neda-leko od Rijeke, gotovo u centru Grobni-čkog polja okupile su se 25. lipnja 22 novinarske ekipe na polufinalu 5. pr-venstva Hrvatske u kuhanju lovačkog gulaša u kotliću. Organizator natjecanja bila je Turistička zajednica Dražice, pokrovitelj općina Jelenje, a natjecanje se odvijalo pod generalnim pokrovitelj-stvom Hrvatske udruge radija i novina. Naravno, neizostavno ime “Novinar-skog kotlića” je autor i direktor Vladimir Jurić. Među novinarsko-kuharskim eki-pama na Grobničkom polju bila je i ekipa Podravka - Radio Koprivnica - Boris Fabijanec i Slavko Vugrinec koja se plasirala u polufinale nakon uspješ-nog nastupa u međimurskom Krišta-novcu.

Organizatori su svakoj ekipi osigurali kilogram mesa od divljači, crveni luk, ulje i 5 litara vode Studene koja je glavna voda na svim dosadašnjim natjecanju-ma. Sve ostalo - mirodije, začine, povr-će, gljive itd. osiguravali su sami natje-catelji. Kuhalo se 2 i pol sata, a nakon toga komisija je ocjenjivala najbolje.

U kakvim se uvjetima radilo, možda najbolje pokazuje kako je toga dana u 15 sati u Dražicama izmjereno 39 stup-njeva Celzijusa. Uz to, kada se zapali vatra ispod 22 kotlića, onda možete pretpostaviti o kakvim je vrućinama riječ. No, bez obzira na nesnosnu vru-ćinu, ekipa Podravka - RKC već je vrlo rutinirano odradivala svoj posao. Prvo je trebalo nacijepati drva, potpaliti i



paziti na vatru, očistiti luk i povrće, nasjeci meso divljači na male kockice i - krenuti u akciju. Svaka ekipa ima svoje tajne pripravljanja lovačkog gulaša, a jedna od tajni ove ekipe je puno povrća i vrlo malo ulja. Naravno, pred kraj kuhanja vrlo je važan i pravilan odabir te količina mirodija i začina. Bez obzira što je to bilo natjecanje za ulazak u finale, tijekom kuhanja novinarske eki-pe su se međusobno družile i čistile. U tom segmentu prednjačili su uvijek dru-željubljivi i nasmijani Slavonci, ekipa HTV Centra Osijek pa se kod njih moglo probati poznate slavonske spe-cijalitete - domaći kulen, špek i čvarke. Agilni direktor Vladimir Jurić se svojski pobrinuo da bude dovoljno piva, vina, Studenca i Deita. A vjerujte, zaista se pilo. Sunce je bilo nemilosrdno...

Nakon dva i pol sata kuhanja, ne samo lovačkog gulaša, već i svih nas natjeca-

telja, komisija je krenula u akciju. Prema odluci komisije najbolji gulaš skuhala je ekipa Radio Baranje, a drugo mjesto su osvojili također Slavonci - HTV Centar Osijek. Svaka čast našim majstorima iz Slavonije, ali s obzirom da se ekipi Podravka - RKC već drugi put ponavlja da njihov gulaš naprosto plane te da gotovo svi sudionici natjecanja hvalje njihov uradak, Boris i Slavko su se požalili direktoru Juriću, jer ako dvade-setak ljudi pohvali gulaš, onda to možda više znači nego mišljenje četveročlane komisije. Apel ekipe je usvojen i Vladi-mir Jurić je Borisa i Slavka osobno pozvao na finale 5. prvenstva koje će se održati početkom rujna u Krasnu, na Velebitu.

Dakle, u Krasnom će se opet kuhati lovački gulaš, a s obzirom na stečena iskustva ekipa Podravka - RKC sigurno će dati sve od sebe.

Neobičnosti

S “blogomobilom” u posjetu Podravki

Na otprilike 1020. kilometru svojega hoda, koji je započeo 10. svibnja, Kemal Mujičić početkom tjedna na svojem je putu posjetio Podravku i tvornicu Vegete. Na web portal blogomobil.blog.hr izravno s mjesta svojeg boravka objavljuje fotografije i tekstove s puta, a trenutno boravi u Koprivničko-križevačkoj županiji sa svojim “blogomobilom”. Vidite li čovjeka kako odmara oslonjen o štap, radi se o “optičkoj varci”, jer to nije običan štap, već “blogomobil” s kojim je do sada proputovao grad Zagreb i Zagrebačku županiju, te županije Krapinsku, Varaždinsku i Međimursku. Osim “blogomobila”, u njegovu opre-mu spada još prijenosno računalo, Sony Ericsson S700i kao spoj mobil-nog telefona s kamerom i fotoaparata, te ručni consumer u koji su ugrađeni senzori za kompas i visinomjer.

Kemal Mujičić ima 65 godina i poznati je novinar, publicist, pisac, humorist,

antologičar i televizijski scenarist. Na-pisao je više od tisuću TV scenarija za zabavne, humorističke i dokumentar-ne emisije. Prema njegovim riječima,

nema prijevoznog sredstva kojim se nije koristio, ali hodanje mu je najdra-že, jer tada gotovo sve vidi, a doživlja-va ga kao neiscrpn i izvor ideja. **I. B.**



Hodajući blogger Kemal Mujičić pred Podravkom

Recept tjedna:

Salata od krastavaca s jogurtom

Ova salata izvrsno će pristajati ljet-no roštilju.  
Sastojci za 4 do 6 osoba:  
1 kg svježih krastavaca  
1 češanj češnjaka  
sol  
papar  
mljevena slatka crvena paprika  
Za salatni preljev:  
100 ml kiselog vrhnja  
100 ml jogurta  
sol

Postupak:  
Krastavce uzdužno prerežite, očisti-te od sjemenki i narežite na tanke ploške. Posolite ih, popaprite i dodaj-te češnjak.  
Izmiješajte vrhnje, jogurt i sol pa prelijte preko krastavaca.  
Dobro promiješajte i ukrasite mlje-venom crvenom paprikom.  
Posluživanje:  
Salatu poslužite odmah, kao hladno predjelo ili salatu.

coolinarika.com



Savjet:  
Ako su krastavci veći, posolite ih i ocijedite tekućinu, a zatim dalje pri-premite prema receptu.  
Vrijeme pripreme: 25 min

NA ŠILJKU



Priprema: Vojo Šiljak

Nema “starih” i “novih” viceva. Postoje samo oni vicevi koje je čovjek čuo ili nije. Naime, nekada znam u društvu ili na pozornici ispričati vic kojega ja znam već dvadeset godina, a onima kojima pričam je novi vic, jer ga nikada prije nisu čuli, a drugi puta ispričam vic “ispod čekića”, a neki od prisutnih su ga već čuli.  
Danas nekoliko o pijancima, jer su oni “veselje ovoga svijeta”

47. Neki pijanac zaustavlja pro-laznika.  
- Prosim vas lepo, gospon, kaj bi mi mogli reći gde sam ja to?  
- Na uglu Vlaške i Draškovićeve. U Zagrebu!  
- Fala vam puno! Niste trebali takprecizno. Samo grad mi je bil važan!  
48. Oko oglasnog stupa na Jelačić placu duže vrijeme uokrug obilazi neki čovjek, rukama se oslanja na stup i viče:  
- Ljudi, upomoć! Živog su me zazidali!

49. Uđe pijanac u tramvaj, onaj češki, u kojemu su crvena i žuta sjedala, pa reče:  
- Svi vi koji sjedite na crvenim stolcima ste kurve i lopovi. A vi koji sjedite na žutim stolcima ste ludaci.  
Ustane sa svog sjedala jedna postarija gospođa i vikne:  
- Nemojte biti nepravedni, jer niste u pravu. Molim vas lijepo, ja evo sjedim na crvenom sjedalu, a u dvadeset godina braka nikad nisam prevarila svog muža!  
- Gospođo, pardon! Vi ste trebali sjesti na žuti stolac.

50. Dva pijanca četveronoške pužu po željezničkoj pruzi:  
- Ja mislim... hik... da su te štenge delali nekakvi fušeri. Neznalice... hik. Pa pogledaj samo kak’ su prenisiko metnuli rukohvat...hik. Ni podesta nigde nema...hik. Već pet minuta hodamo a još nismo došli ni na prvi kat!  
- Hik... Izdrži još malo...hik. Mislim da ide lift!

51. Imate li u obitelji problema s alkoholom?  
- Ja nemam, gospon doktor, ali moja žena ima.  
- U čemu se sastoje problemi?  
- Ona vam poludi uvijek kad se ja napijem.



Crta: Ivan Haramija - Hans