



**Međunarodni dan žena
prigodno obilježen u
Podravki -
ženama čestitao i
gradonačelnik
Zvonimir Mršić**



**Uoči četvrtfinala
Kupa EHF-a
u Koprivnici osnovan
klub navijača
rukometašica
Podravke
7. str.**

Kako do zadovoljnijeg zaposlenika?

Piše: **Jadranka Lakuš**
Snimio: **Nikola Wolf**

Da i naizgled mali potezi mogu unijeti pozitivan duh među zaposlenike, pokazalo je i prošlotjedno obilježavanje 8. ožujka u Podravki. Čestitka Uprave svim ženama i darovani gablec stvorili su ugodno ozračje i onu poznatu atmosferu Podravkaškog zajedništva koje je zahvatilo čak i one koji uvijek nešto gundaju. Na svakom koraku vidjela su se nasmijana lica, žene su se tog dana osjećale ipak nešto drugačije nego inače primajući čestitke kolega, SDP-ove crvene ruže, poklone sindikata, čitajući u novinama o tome kako se u svijetu obilježava Međunarodni dan žena, te serijal o uspješnim menadžericama (zašto među njima nije bila spomenuta ni jedna Podravkašica ???).

Ipak, slavljenička atmosfera nije poremetila onu radnu, štoviše radilo se s više entuzijazma i volje. To se najbolje vidjelo u kuhinji restorana društvene prehrane u poslovnoj sedmorokatnici u kojoj je samo za žene priređeno i servirano čak 2386 obroka. U "špici" gableca gotovo se trčalo kuhinjom da bi se poslužili slavljenički obroci (uz glavno jelo tu se našao Deit i kolač), naravno tu nije bilo podjele na muške i ženske poslove, svi su radili pojačanim tempom uz dobrodošlu pomoć učenika na praksi iz Obrtničke škole koji su se zaista iskazali. Uz obavezni osmijeh na licu i zadovoljstvo što je Uprava, baš kao i lani, na prigodan način čestitala ženama. Sa smiješkom su dočekanе i čestitke za Međunarodni dan žena koprivničkog gradonačelnika Zvonimira Mršića koji je 8. ožujka obišao Podravkašice i s njima se zadržao u dužem razgovoru.

Naravno tu i tamo čulo se i pitanje: - A kad smo mi muški na redu?, ali bez zlobe, više onako zafrkantski, bez mogućnosti da pokvari vedro raspoloženje i zadovoljstvo koje je, eto, stvoreno naizgled sitnim potezom.

U Splitu od 6. do 10. ožujka održan GAST 2002. - Sajam prehrane, pića i opreme za hotelijerstvo

Nova turistička sezona - zahtjevni poslovni izazov za Podravku



Tijekom degustacija čuli su se i temperamentni uzvici "Dajte nam još", "Uh, što je ovo dobro", "Ludilo" i slični južnjački komentari.

Žnjan - gradski zaravanak uz more koji je pohodio i papa Ivan Pavao II. - bio je prošlog tjedna, sedmi put po redu, mjesto susreta proizvođača i trgovaca s hotelijerima i ugostiteljima južnog dijela Hrvatske. Ni olujno jugo, inače tako romantično opjevano u dalmatinskim šansonama i baladama, nije omešlo 411 izlagača iz 8 zemalja da na ukupno 5200 kvadratnih me-

tara za više od 22.000 posjetitelja prezentiraju ono najbolje, novo, ono najaktualnije što imaju u svojoj ponudi za turističke radnike i njihove hotelske kuće neposredno uoči početka sezone koja na većini jadranskih destinacija, kao i obično, starta s Uskrsom.

Na ovom sajmu, najvećem u južnoj Hrvatskoj, po drugi put zaredom predstavila se i Podravka. Izlagački prostor naše tvrtke je privlačio pažnju jedno-

stavnim i suvremenim interijerskim uređenjem u kojemu su se isticali novi proizvodi i pakiranja iz Gastro programa: Vegeta Twist u kanticama od 750 g, novi dresinzi (talijanski, američki, francuski i jogurt) od 1 kg, kukuruz šećerac i masline u velikim pakiranjima, Studena, Ledeni čaj i negazirani Deit tropic u atraktivnim staklenim premium bočicama od 2,5 dcl... i dr. Živahnosti oko Podravkinog štanda pridonijeli su svojim coo-

king showom gastro promotori Viljam i Dražen koji su dvaput dnevno pred kupcima pripremali primorska jela s našim proizvodima a hostese dijelile prigodni letak s receptima za pileća prsa "Lipa Ane" i zalogaје svinjskog filea "Za guštat". Dragocjenu operativnu pomoć za ovaj dio Podravkinog nastupa pružilo je osoblje kuhinje hotela "Split" na čelu sa šefom Franom Papićem.

(Nastavak na 4. stranici)

Razgovor s izvršnim direktorom Podravkine Prodaje za tržište RH Miroslavom Vitkovićem

Godina porasta prodaje većine Podravkinih proizvoda

Razgovarao: **Boris Fabijanec**
 Snimio: **Nikola Wolf**

Jedan od najvažnijih segmenata poslovanja Podravke - Prodaja Hrvatska, koja ostvaruje najveći profit naše tvrtke, i prošlu je godinu poslovala uspješno. U odnosu na 2000. godinu financijski indeks je 104, a količinski 129. Iza tih brojki zapravo se krije veliki i samoprijegorni rad zaposlenika Prodaje, i ne samo njih, već i ostalih pratećih segmenata - proizvodnje, razvoja, marketinga, logistike i distribucije. Konstatacija kako je to zapravo bio težak rad u potpunosti stoji. Nasljedene su brojne dugovne i organizacijske dubioze. Naime, prošle godine ključni problem Podravke na hrvatskom tržištu bila je kvalitetna naplata. Novom prodajnom politikom pod svaku cijenu i rizik krenulo se u rješavanje tog problema. Konkretno, prosječni dani naplate bili su više od 100 dana, potraživanja oko 250 milijuna kuna, Podravka nije bila u prioritetu plaćanja kod pojedinih partnera. Kroz model casa sconta, koji je Podravka prva inicirala u Hrvatskoj, krenulo se u rješavanje tih gorućih problema kojim se stimulirala ubrzana uplata, Podravka dolazi na prioritetno mjesto plaćanja, a posebno se vodila briga da kroz discipliniranje naplate promet ne pada, naročito onih proizvoda koji nemaju visoki koeficijent obrtaja. U toj kompleksnoj situaciji miksom kvalitetnih prodajnih stimulacija praktički se naplata svodi na 45 dana u Hrvatskoj, koeficijent obrtaja je dvostruki, jer mjesečna realizacija jednaka je potraživanjima u segmentu prehrane te unatrag godinu i više dana ne pojavljuje se niti jedna nova dugovna dubioza u kojoj bi Podravka gubila puno novaca. Novih kroničnih financijskih problema - nema. Praktički, oko 50 posto prometa je na ubrzanom plaćanju, a 38 posto se avansira. Naravno, najmjerodavniji da prokomentira prošlogodišnje prodajne rezultate i pomake je izvršni direktor za tržište Hrvatske Miroslav Vitković.

Indeksi rasta prodaje

- Na početku moram istaknuti kako smo planove prodaje i realizacije planirali tri godine unaprijed pa su i prošlogodišnji rezultati na neki način vezani za projekte koje smo vezali za prvu, drugu i treću godinu na hrvatskom tržištu, prateći trendove i predviđajući događaje i promjene na tržištu. Analizirajući prošlogodišnje prodajne rezultate, moram naglasiti da smo u lider grupama proizvoda kao što je Vegeta financijski porasli 9 posto na hrvatskom tržištu, gdje je Vegeta praktički zastupljena gotovo sto posto. Također, i biznis plan na Vegeti ima ostvarenje 103. Isto takve pokazatelje ostvarili smo i s juhama u vrećicama, a što se tiče ukupne realizacije Podravka jela financijski indeks je 106, a biznis plan je sto posto ostvaren. Postoje još grupe proizvoda koje su nam izuzetno bitne zbog volumena i teškoća u kojima su se nalazile. Jedna od njih je grupa voće i povrće koja nakon pet godina stagniranja ili padanja u 2001. godini u odnosu na 2000. godinu bilježi financijski indeks 115 te indeks biznis plana 104. Također, rasli smo i u dječjoj hrani, dakle na proizvodu koji se na hrvatskom tržištu može komparirati s Vegetom po zastupljenosti. U programu Mlina i pekare napravili smo trocifrene poraste, posebice kada smo u prodajnu mrežu gastro-programa uključili velika pakiranja brašna. Prošlu godinu obilježilo je i veći rast

**Miroslav Vitković**

količinske prodaje od financijske, a toga se ne bi trebali bojati jer to nam zapravo znači daljnje pojačavanje tržišnog udjela. U sadašnjoj fazi to je vrlo bitno u stvaranju jake pozicije prije definitivnog otvaranja hrvatskog tržišta i ulaska strane konkurencije.

Naravno, nije sve bilo najsajnije u prošloj godini. Glavni razlog što generalno rezultat nema deset i više posto porasta kao što je u nekim grupama su problemi s programima mesnih konzervi, gdje analizirajući realizaciju vidimo da na pilećim paštetama imamo indeks 148, na kokošjoj 140, ali zato je juneća 67. Znamo da je to zbog kravljeg ludila, ali i dodatni udar na mesnim konzervama bio je manjak potrebe od Ministarstva obrane. Osim toga, za slabije prošlogodišnje prodajne rezultate jedan od razloga je gubitak Ferrera sredinom godine, ali s novim programima kao što je Adria uspjeli smo nekako pokrivati taj gubitak. Od ostalih grupa i rezultata treba istaknuti dobar rad u programu Pića koji zbog svoje specifičnosti sve više radi na osamostaljivanju prodaje.

Još ima "spavača na polici"

- Ipak, analizirajući prodajne rezultate primjećujem da ima proizvoda koji još uvijek nisu našli kvalitetne puteve do potrošača.

- Još uvijek postoji niz proizvoda koji su tzv. spavači na polici. Nama je cilj da oni postoje na polici, ali je upitno vrijeme koliko će se oni zadržati zbog nove filozofije trgovine. Naime, svaki naš partner koji želi opstati na tržištu mora biti efikasniji, mjeriti si koeficijent obrtaja svoje police i praktički držati proizvode koje potrošač traži i koji se okreću. Podravka je trenutno u situaciji kada mora pročitati portfelj svojih proizvoda i mora biti brža, fleksibilnija i inovativnija da se ti proizvodi mijenjaju s novim trendovskim proizvodima. Mi još uvijek jesmo kvalitetno zastupljeni na prodajnim mjestima, međutim moramo biti spremni odgovoriti u svakom trenutku kada se jedan proizvod ne okreće, da se brzo mijenja s novim koji će povećati obrtaj i Podravki i našem partneru u trgovini.

Suradnja s velikim trgovačkim lancima i s malim kupcima

- Kakva je danas prodajna slika na hrvatskom tržištu s obzirom na globalnu politiku te socijalni trenutak u našoj zemlji? Konkretno, koliko veliki trgovački lanci participiraju u Podravkinoj prodaji te kako naša tvrtka s njima surađuje?

- Osnovna stvar hrvatskog tržišta je intenzivno mijenjanje. Za taj trend

znali smo puno prije i kvalitetno se prema tim trendovima i promjenama usklađujemo. No, zanimljivo je da unatoč velikoj konkurenciji u trgovini, posebice ulaskom velikih europskih trgovačkih lanaca na naše tržište, u komunikacijama s našim partnerima oni ističu kako su zadovoljni sa svojim prometima bez obzira na hrvatsku socijalnu sliku. Mislim da je rezultat toga smanjeni odlazak u inozemni šoping, no još uvijek socijalni moment i te kako utječe na potrošačku košaricu. Zbog toga je vrlo bitno da se kroz konstantne aktivnosti s partnerima u trgovini putem potrošačkog marketinga na samom prodajnom mjestu potiče kupnja naših proizvoda. Naime, sve je više trend impulzivne kupnje te ako si kvalitetno placiran na prodajnom mjestu, imaš aktivnosti, onda ono malo novaca koje potrošač ima potrošiti će na Podravkin proizvod.

Inače, glavnina prometa će se sve više kanalizirati kroz velike trgovačke lance. Nama je prošle godine 13 velikih kupaca činilo 30-ak posto prometa, a procjena je da će u idućih godinu-dvije desetak njih činiti 40 do 50 posto prometa. No, nama je bitan i regionalni partner bez obzira što to nisu neki značajni prometi. Naime, u toj regiji je on ključan kupac, iako nije na nivou Hrvatske te nije od Podravke zapostavljen. Od nas ima kompletan suport da može ravnopravno konkurirati svim ovim velikim lancima koji su se umrežili i zauzeli pozicije na hrvatskom tržištu.

Zajednički rast s partnerima

- Koji su ciljevi prodaje na hrvatskom tržištu ove godine?

- Kao što sam rekao na početku, prolazimo kroz nekoliko faza planiranja i realiziranja tih planova. Naplatu smo riješili i sustav kontrolinga. Uz to, riješili smo način da ne padnemo u prodaji putem širine asortimana i zauzeli smo pozicije koje sada trebamo braniti. Također, u prodajnoj politici za ovu godinu je naglašen zajednički rast s partnerima koji će ekspandirati na hrvatskom tržištu. To znači da ćemo stimulirati i bonusirati rast Podravke po kategorijama unutar naših lanaca. Praktički svi ugovori s našim kupcima su gotovi, a osnovni cilj nam je bio da kroz te ugovore Podravka ima partnerski odnos, dakle otvoren ulaz za naše ljude na prodajnim mjestima, mogućnosti postavljanja proizvoda na policu, zajedničko rješavanje problema u smislu full-servisa Podravke prema partnerima, ali s druge strane i zajedničko rješavanje problema ako dođe do njega. Podravka ima određene standarde - roba mora biti pravovremeno kod kupca, uredno složena od strane Podravkina čovjeka, kontrolirana i zamijenjena ako se ne okreće. S druge strane, tražimo od trgovine mogućnost da ta roba bude složena na polici i na dohvat ruke potrošača te prema standardima Podravke. Dakle, kroz sve to, a u odnosu na konkurenciju želimo da se Podravka preferira kod svih tih kupaca i partnera i to je zapravo jedini model da zajedno s njihovom ekspanzijom raste i Podravka. To je kompleksan pristup partnerskim odnosima, ali moram naglasiti da smo sa svim velikim i bitnim nacionalnim i regionalnim partnerima potpisali vrlo kvalitetne

ugovore i na tim osnovama partnerstva imamo mogućnosti rasta i ekspanzije.

Stalno prilagođavanje tržištu

- Uhodava se nova organizacija i sistem stimulacije prodajnog osoblja. Što pokazuju dosadašnja iskustva?

- Onaj tko misli da je napravio organizaciju prodaje koja će trajati pet godina, taj nema šanse da opstane. Prema tome, organizacija se mora svake godine prilagođavati situaciji na tržištu, posebice u ovim turbulentnim vremenima. Konkretno, prilagođavajući se sadašnjem hrvatskom trenutku na tržištu, prvi smo vrlo žestoko krenuli razvijati gastro program - jedan od strateških projekata koji može povući za sobom u sinergiji niz trendovskih proizvoda, kao što je smrznuta hrana. Može povući za sobom niz novih potkategorija unutar postojećih kategorija razvoja u svim našim Strateškim poslovnim jedinicama. Dakle, organizacija se mora stalno prilagođavati, ljudi se moraju stalno educirati i konstantno na terenu osluškivati promjene, davati informacije u centralu, a na nama u centrali je da predvidimo događaje. Suština svakog kvalitetnog menadžera je da predvidi događaje i da reagira prije ostalih.

Što se tiče sustava stimulacije, moram reći - što jednostavniji to kvalitetniji. Sustav stimulacije prodajne operative na prvo mjesto stavlja biznis plan koji je svetinja. On je razrađen i podijeljen po regijama, mikro-regijama, putnicima i tu se točno zna što svatko treba odraditi. Inače, stimulacija za ostvarenje mjesečnog poslovnog plana je na nivou regije timska, bez obzira što je to dalje raspoređeno po svakom putniku. No, ako se poslovni plan u regiji ne ostvaruje, cijela regija neće biti stimulirana ili obratno - hoće ako se ostvari plan. Na taj način se vrši sustav samokontrole u regiji jer kritična masa kvalitetnih ljudi postoji, a na taj način se eliminiraju svi oni koji misle da se mogu "šlepati". Drugi momenat u sustavu stimulacije kao individualan je prodajno mjesto. Svaki putnik u svojoj mikro-regiji ima kompletno u svojoj bazi prodajna mjesta i obrađene standarde kako bi ta prodajna mjesta trebala biti uređena. Inače, svaki mjesec se više od tisuću prodajnih mjesta iskontrolira, što rade kontrolori iz regija, a i kontrolori iz centrale. Na temelju svih tih pokazatelja dolazi se do izračuna vizije.

Slobodne ruke - za rad

- Dugogodišnji problem Podravke bio je - inertnost sistema. Kakva je danas situacija?

- Ja ne bih govorio generalno o cijeloj Podravki, već o Prodaji koja danas brzo reagira. Vrlo je važno da imamo podršku Uprave te nas se ne koči u nekim našim razmišljanjima i imamo na neki način otvorene ruke da radimo, svjesni da to što radimo za to i odgovaramo. Mi smo zadovoljni, jer imamo mogućnost da odlučujemo, mijenjamo, reorganiziramo i za to naravno - odgovaramo. To je ključ priče. Nama je cilj i ove godine da rastemo na hrvatskom tržištu, imamo izuzetno ambiciozan plan koji predviđa sedam posto rasta u odnosu na prošlu godinu. Ja sam optimist, plan ćemo ostvariti, jer očekujem i daljnju dobru sinergiju Podravkine proizvodnje, razvoja, marketinga, logistike, distribucije, pravne službe i prodaje. Uz to, puno očekujem od rezultata u gastro prodaji, naravno ako uspijemo kvalitetno pratiti trendovske promjene na hrvatskom tržištu - rekao je na kraju razgovora Miroslav Vitković.

Podravkin periskop

Promoviranje robnih marki kroz catering operacije



Piše: **Vlado Markota**
 Sektor za razvoj poslovanja

Ideja uspostavljanja lanaca catering objekata s primarnim ciljem promocije prehrambenih marki razvijala se korak po korak. Prvi je na sceni bio Nestle, koji sada ima u svijetu u funkciji oko stotinjak kafe-barova. Prema riječima iz Nestlea, ovaj "bar-koncept" (nazvan Nescafe ili Maggi, ovisno o tržištu na kojem se nalazi) i dalje će se razvijati tijekom 2002. godine, kako bi u konačnici uključivao najmanje dvadesetak zemalja.

Jedno od najsvežijih okretanja cateringu, kao jednom od trendova u promociji marke, je francuski Lustucru. Restoran, koji posluhuje gotovo cijeli asortiman Lustucru svježe tjestenine i gotovih sosova, daleko je od toga da se stidi svog porijekla: ukrasili su sve, od stolnjaka do zidova, obilježjima marke. Lustukruova uprava opisuje lanac kao "idealnu platformu" za direktno komuniciranje s potrošačima.

Proizvođač Unilever promovira svoju robnu maslinovog ulja Bertolli kroz svoj lanac objekata trgovina & doručak & ručak, lansiran u Nizozemskoj u studenom 2001. godine, po imenom Tuscan Lunch Cafe.

Druge kompanije proizvođači robe široke potrošnje mnogo su opreznije glede korištenja cateringa za promociju svojih marki. Na primjer, proizvođač gotovih jela Fleury Michon koristi svoj lanac Granie d'Appetit prvenstveno za testiranje novih proizvoda i interakciju s potrošačima, umjesto za očiglednu promotivnu aktivnost.

Lustucru-ov glavni konkurent Panzani, No1 proizvođač suhe tjestenine u mnogim krajevima Europe, oslanja se na jedan još suptilniji promocijski efekt. Naime, kupci u njegovom lancu brze hrane Via Gio, uopće ne vide vezu s markom Panzani. Umjesto toga kompanija se oslanja na pretpostavku da će se, imajući u vidu svoju dominantnu poziciju na tržištu na kojem lanac Via Gio djeluje, većina novo pobuđenog zanimanja za tjesteninu, postignuta u restoranima, i tako automatski reflektirati u povećanju prodaje njihove marke tjestenine Panzani.

A što je s nama? Podravka je neko vrijeme pokušavala osmisliti koncept Dolcela cafe, ali je taj koncept napušten. Tko zna, možda je u toj ideji ipak bilo nečega...

Aktualno

Hoće li Podravka zatražiti povrat poljoprivrednog zemljišta?

Vrijednost zemlje koju bi država mogla vratiti Podravki procjenjuje se na oko 50 milijuna kuna

Piše: **Hrvoje Šlabek**
Snimio: **Nikola Wolf**

Kako bi riješila pitanje vlasništva poljoprivrednog zemljišta koje nije riješila u tijeku pretvorbe i privatizacije, Hrvatska je donijela Zakon o poljoprivrednom zemljištu i njime, među ostalim, otvorila mogućnost da tvrtke ponovno postanu vlasnici parcela koje su početkom devedesetih iz njihovih ruke prešle u državne.

Podravka je godinama bila usko vezana uz poljoprivrednu proizvodnju podravskih seljaka, a dio sirovina proizvodila je sama, na zemlji koju je kupovala i uređivala. Tijekom godina mijenjali su se nazivi Podravkinih organizacijskih cjelina koje su obrađivale zemlju, a posljednja je bila "Podravsko gospodarstvo", osnovano koncem 1991. godine.

Prema riječima **Franje Cirkvenca**, direktora Odjela za imovinsko pravo, upravo te godine Hrvatska donosi Zakon o pretvorbi društvenih poduzeća, kojim propisuje da poljoprivredno zemljište neće ući u društveni kapital, pa tako ni u proces privatizacije, nego Republika Hrvatska postaje nositelj vlasničkog prava.

Tako je oko 3.600 hektara Podravkine zemlje 1991. godine preuzela država, a tada Podravki-



Franjo Cirkvenec

no "Poljoprivredno gospodarstvo" postalo je najamnikom većine parcela. U to doba vrijednost zemljišta bila je oko 30 milijuna kuna.

Kako doznajemo, Podravka je sedamdesetih i osamdesetih godina kupovala mahom neuređenu zemlju i pretvarala je u plodne oranice. Postavila je mnoge kilometre odvodnih kanala i u to također uložila golem novac. Seljaci su pak rado prodavali svoju zemlju Podravki, jer je dobro plaćala, ili su pak dobivali kvalitetne parcele u zamjenu za neplodne livade. Na

tako dobivenim velikim blokovima plodnih njiva kod Đelekovca, Hlebina, Koprivničkih Bregi, u Delovima i Farkašiću kod Koprivnice, Podravkina je tada moderna mehanizacija proizvodila povrće, voće, žitarice ili stočnu hranu za potrebe proizvodnje u svojim tvornicama.

Nakon deset godina država odlučuje privatizirati i poljoprivredno zemljište te novim zakonom predviđa mogućnost njegovog povrata poduzećima, pa tako i Podravki.

- *Prije svega, Podravkina Uprava mora odlučiti hoće li uopće pokrenuti postupak za povrat nekad svojega zemljišta, čiju vrijednost danas procjenjujemo na oko 6,6 milijuna eura ili oko 50 milijuna kuna* - kaže Franjo Cirkvenec i dodaje da nakon te odluke Odjel za imovinsko pravo može brzo učiniti sve potrebne predradnje.

Prema njegovim riječima, moguća su dva modela povrata više od 3.000 hektara zemlje u Podravkino vlasništvo. Prvi se sastoji u podnošenju zahtjeva Hrvatskom fondu za privatizaciju, koji bi stvar tretirao kao dopunu postupka pretvorbe. Tada bi se povećao Podravkin temeljni kapital te izdale nove dionice. Drugi je model, smatra Cirkvenec, prihvatljiviji. Podravka bi od države zatražila da zemlju kupi za simboličnu cijenu, pa tada ne bi

bilo prilično kompliciranog postupka mijenjanja temeljnog kapitala i izdavanja novih dionica, a zemljište bi opet prešlo u Podravkino vlasništvo.

No, desetak proteklih godina nekad Podravkine oranice nisu zarastale u korov. Nastavilo ih je obrađivati "Poljoprivredno gospodarstvo", a manjim dijelom u zakup su ga dobila obiteljska gospodarstva i branitelji na plodouživanje. "Gospodarstvo" je početkom 1997. godine izišlo iz sastava Podravke i počelo samostalno poslovati, preuzevši mehanizaciju, uredske prostorije i drugo, ali ne i zemlju, koja je ostala u državnom vlasništvu. Ta je tvrtka prilično velika sirovinška baza za Podravku, a kako doznajemo, lani joj je isporučila povrća, pšenice i stoke u vrijednosti od oko 12 milijuna kuna. Nije zato slučajan njen interes da postane vlasnikom zemljišta koje obrađuje, no do toga bi moglo doći samo ako

se Podravka odrekne svojih hektara.

- *Podravka se ne bi trebala odreći svojeg poljoprivrednog zemljišta, prije svega zbog njegove vrijednosti i novca koji je nekad uložila da iz neobrađivih površina stvori plodne oranice. Nakon povrata oko 3.300 hektara u dvadesetak velikih blokova, koliko procjenjujemo da u ovom trenutku možemo dobiti, Podravka bi mogla raspolagati zemljištem onako kako joj najbolje odgovara* - smatra Franjo Cirkvenec i dodaje kako će nakon ulaska Hrvatske u EU, što će se kad-tad dogoditi, i stranci moći kupovati hrvatsku zemlju, a cijena bi joj tada zasigurno znatno skočila.

Odluku će, naravno, donijeti Uprava. Vjerojatno će vagati je li 6,6 milijuna euro-razloga dovoljno da se Podravka vrati u poljoprivredne vode, iz kojih je iz strategijskih razloga izišla prije tek nešto više od pola desetljeća.

Izbori za radnička vijeća u travnju

Izbori za članove radničkih vijeća za Podravku d.d., Belupo, Danicu, Koprivničku tiskarnicu, tvornicu Kalnik u Varaždinu, tvornicu povrća u Umagu i tvornicu Studenac u Lipiku održat će se u tijeku travnja.

Kako doznajemo od predsjednice izborne komisije za Podravku d.d. Verice Baričić, izbori za maticu održat će se 4. travnja, a prijavljene su četiri kandidacijske liste. Uz PPDIV, čiju predvodi Ksenija Horvat i Nezavisni sindikat, kojoj je na čelu Martinka Mardetko-Vuković, svoju je listu istaknuo i SINPOD, predvođen Božidarom Flisom. Prvi se put na izborima za Podravkina radnička vijeća pojavila i nezavisna lista radnika, kojoj je na čelu Dražen Keleminec.

naša posla

Tržište vodom postaje medijska hit-tema

Piše: **Željko Krušelj**, gost - kolumnist "Večernjeg lista"



U nepunih godinu dana, kako su to već uočili i pojedini mediji, voda je u Podravkinjoj strategiji od sporednog postala jedan od strateških poslova. Sadašnje je poslovođstvo, naime, zahtjevalo situaciju u kojoj je pogon u Lipiku egzistirao na samoj granici rentabilnosti, neki tvrde i ispod nje. Zbog malog kapaciteta punionice, a istodobno znatnih troškova marketinškog proboja na domaćem tržištu, na kojem je Jamnica prethodnih godina odviše lako zavladala, doista je bilo upitno treba li se Podravka suočiti s poslom u kojem u doglednije vrijeme nema šansi postati tržišnim liderom.

No, kako su sva relevantna istraživanja pokazala da je voda ključni resurs 21. stoljeća, dilema je ipak polako nestajalo. Posljedica je toga bilo postupno odustajanje od prodaje Studenca, iako je navodno bilo nekoliko primamljivih ponuda, koje su pružale mogućnost da se taj novac iskoristi za

kupnju neke manje tvrtke u prehrambenoj branši. Kako je menadžment Studenca već ranije pripremio ambiciozne razvojne programe, moglo se odmah krenuti u proširenje kapaciteta. Posljedica je otvaranje nove proizvodne linije kapaciteta 7000 litara u jednome satu, koja bi trebala za polovicu povećati sadašnju proizvodnju. Uzme li se u obzir i informacija da bi do lipnja trebale proraditi još dvije proizvodne linije, jasno je da Podravka napokon kreće u ozbiljnu tržišnu utrk. Ukupno ulaganje, koje bi na kraju toga procesa trebalo doseći stotinjak milijuna kuna, to i najbolje potvrđuje.

Postavlja se, dakako, i pitanje nije li to, osim što je potpuno suprotno ranijoj poslovnoj praksi, možda i pretjerano, baš zbog navedene činjenice da je Todorićev koncern iskoristio neodlučnost prijašnjih Podravkinih poslovođstava da bi sam preuzeo tri četvrtine hrvatskog tržišta? Gledajući

iz toga ugla, Podravkini bi stratezi mogli biti optuženi za megalomanstvo, pa i "kockarsku" logiku razmišljanja. Bez brige, bit je takve odluke u okrenutosti izvoznim poslovima. Valent Vrhovski, izvršni direktor poslovne jedinice pića, u nekoliko je navrata napominjao kako su premali proizvodni kapaciteti bili kočnica za snažniji prodor ponajprije na tržišta Afrike i Bliskog Istoka, koja bi trebala iskoristiti kapacitete u razdoblju od jeseni do proljeća, kad je manja potražnja na hrvatskom tržištu. Nova ulaganja otvaraju i mogućnost da se proširi proizvodni asortiman na one proizvode koji se tek trebaju namegnuti potencijalnim kupcima, ponajprije niskogazirani sokovi i hladni čajevi. Naposljetku, obznanjeno je da će Podravka krenuti agresivnije i u promociju Studene, kako bi ta iznimno kvalitetna izvorna voda zagospodarila tim tržišnim segmentom.

Ovih se dana u javnosti špekulira i o tome da bi Podravka mogla krenuti i u novu domaću investiciju vezanu uz proizvodnju vode, Riječ je o već poduže napuštenom izvoru Karlovačke kiselice, koji se koristio još u razdoblju Austro-Ugarske. Mudro je što se Podravka interesira i za tu mogućnost, jer bi joj to, ukoliko krenu izvozni poslovi, bila strateška rezerva. Najprije, dakako, treba napraviti opsežne analize sastava i kvalitete te vode, a u slučaju ohrabrujućih nalaza Podravka bi morala temeljito razmisliti o takvom ulaganju, kao pretpostavki za budućnost.

Koprivnička tvrtka treba voditi i posebnu brigu o tome što se zbiva i na tržištima vodom susjednih zemalja. Već mjesecima, primjera radi, traje nadmuđrivanje između Agrokora i Pivovarne Laško oko eventualne prodaje Radenske hrvatskoj tvrtki. U igri je nagodba u kojoj Todorićev koncern

otvara vrata trgovačkog lanca Konzum slovenskom pivu, kad bi Mercator to učinio u korist Jamnice. Ukoliko bi bio realiziran taj posao, koji bi financijski znatno opteretio Agrokora, možda se otvori i mogućnost da Podravka ozbiljno konkurira i za srbijansku najkvalitetniju vodu Knjaz Miloš. To nije nimalo jednostavan "zaloga", jer je u kontaktima Podravkina menadžmenta sa srbijanskim vlastima jasno rečeno da će se o Knjazu Milošu, koji je jedan od simbola tamošnjeg gospodarstva, razgovarati tek nakon što budu realizirana preuzimanja tamošnjih manje uspješnih tvrtki. Podravkina je "predbilježba", međutim, vrlo korisna, jer ta voda ionako dominira jugoslavenskim tržištem, a ima i izvozne reference. Ukoliko će koprivnička tvrtka imati dovoljno strpljenja, mogla bi s Agrokora dijeliti glavninu tržišta bivše jugoslavenske federacije.

Zabilježeno na Sajmu prehrane, pića i opreme za ugostiteljstvo GAST 2002. u Splitu

Pozorno osluškivanje glasa gastro kupaca

(Nastavak s 1. stranice)

Posjeti brojnih hotelijera od Zadra pa do Cavtata na Sajmu GAST 2002. u Splitu za Podravkine menadžere Gastro marketinga i prodaje te predstavnik Regije Dalmacija bili su prigoda za dogovore o neposrednoj poslovnoj budućnosti - poboljšanju bilateralne suradnje, povećanju kvalitete distribucije i obujma prodaje te uzajamno izravno informiranje o organizacijskim, proizvodnim i inim novostima. Osluškivanje glasa gastro kupaca posebno se manifestiralo kod analiza o prošlogodišnjim rezultatima iz kojih nedvojbeno proizlazi da, bez obzira na iznadprosječan porast u odnosu na 2000. godinu, resursi i potencijali Podravke kod ovih kupaca nisu ni približno dosegli maksimum. To, kao i nova organizacija Gastro marketinga i prodaje uz činjenicu da se svake godine turizam u Dalmaciju vraća na sve veća vrata, razlozi su za realni optimizam kada se govori o još značajnijem porastu plasmana proizvoda u novoj turističkoj sezoni. Da će stoga ovo ljeto za Podravkinu strategiju i ulaganja u gastro marketing i prodaju biti pravi test i izazov, vrlo dobro je potvrdio i sajam GAST 2002. kojega su Podravkini direktori na kraju ocijenili kao primjer iznimno korisne gospodarske manifestacije s velikim posjetom a istodobno optimalnim troškovima. Jednom riječju - Sajam s dušom!

REKLI SU ...

Lui Mihojević, šef nabave u Jelsa hotelijerstvo d.d. (otok Brač): - *Doneдавно je Podravka često kasnila u reagiranju na naše potrebe koje su*

rezultat brzih promjena svjetskih prehrambenih trendova u turizmu. U tom smislu pozdravljam odluku Podravke da proširi svoju ponudu smrznutim proizvodnim programima Ital Icea i drugom trgovačkom robom: riža, tjestenina i sl.

Nives Rajić, šefica nabave u Studentskom centru Split: - *Mi smo kupci koji odluku o nabavci roba donosimo temeljem javnog natječaja. Dugo godina radimo s Podravkom i to vrlo dobro. Moglo bi i više da ta "vražja" cijena nije tako presudna pa moramo nabavljati i robe koje se ne mogu mjeriti s vašom kvalitetom kao npr. proizvodi od povrća. Sajam je odličan!*

Josip Škrabić, direktor nabave - Hoteli Makarska d.d.: - *Dojmi me se što ste vrlo brzo realizirali niz naših sugestija i prijedloga o novim gastro proizvodima, pakiranjima i cijenama od našeg susreta uoči prošle turističke sezone. Kao lojalni kupci očekujemo od Podravke kompletnu kuharsku odjeću, praktičnu gastro prezentaciju vaših inovacija našim kuharima u Makarskoj, posude za dresinge i ne zaboravite sa sobom ponijeti primjerke nove knjige "Kreativna kuhinja s okusom Mediterana". Želimo jelovnike osvježiti novim recepturama.*

Drago Miočić, šef kuhinje - restoran "Šumica" Split: - *Nezamislivo mi je raditi riblje specijalitete bez Vegete. Ako je naš restoran među najboljima u gradu (i šire) onda je za to svakako zaslužna i Podravka. Moram priznati da sam se gastro pakiranjima Vegeta Twista prvi puta upoznao tek na sajmu. Oprobat ću ih i vidjeti kako će*

reagirati naši gosti. Jela s degustacije vaših promotora bila su odlična.

Igor Bagarić, direktor Sajma Split: - *Nastupom Podravke sajam GAST je privukao još više izlagača i posjetitelja i dobio novu dimenziju kvalitete i privlačnosti. Najveća satisfakcija će mi biti vaše poslovno zadovoljstvo i ponovni dolazak dogodine. Zna li tko je u Dalmaciji pravi vegetarijanac? Onaj tko sprema ribu s - Vegetom! Duhovito, zar ne?*



Josip Škrabić



Drago Miočić



Zadovoljni kupci na sajmu

Susret gastro menadžmenta Podravke s hotelijerima

Rukovoditelji istaknutih hotelskih kuća Dalmacije, od Zadra do Makarske, Podravka je prvi puta okupila na posebnom poslovnom druženju u uglednom splitskom restoranu "Boban". Pozdravili su ih domaćini Šime Mašina, Nediljko Baričić i Davor Perković sa suradnicima. Cilj je bio da se kupce još detaljnije upozna s globalnom prodajnom politikom, novostima u gastro asortimanu i očekivanjima akvizicijom porečkog Ital Ice-a te ukupnim organizacijskim prodajno-marketingškim aktivnostima za turističku sezonu 2002. Također je naglašeno da Podravka želi još značajnije participirati u materijalnim bilancama hrvatskih hotelijera i da se u tom smislu očekuje od kupaca odabir pravoga partnerskog smjera da se to i ostvari.

Tridesetak hotelskih direktora su s druge strane iznijeli čitav niz svojih sugestija ali i pitanja (zahtjeva) na koje od Podravke, kao sigurnog i pouzdanog dobavljača, traže brze odgovore: elastičnije

uvjete i rokove plaćanja, neophodnost šireg proizvodnog asortimana, distribucija izravno na mjesta potrošnje, marketinška promocija i sl.

Sezona je kod nas (pre)kratka, lokalna i inozemna konkurencija sve veća, kupci su sve zahtjevniji i izbirljiviji jer to od njih traže novi vlasnici i novi turisti, cijena uz kvalitetu postaje presudna za odluku o nabavci robe. Naš turizam postao je prava tržnica za plasman inozemnih roba i usluga (procijenjeno je da je lani uvezeno robe za turizam u vrijednosti 1 milijarde USD!?).

Tematsko poslovno druženje posvećeno zajedničkoj pripremi nastupajuće turističke sezone bilo je više nego korisno za sve sudionike pa je predloženo da dogodine pre-raste u tradiciju koja već egzistira u Istri. Uskoro slijedi planirani susret s hotelijerima Dubrovačke županije u kojoj je nedavno, nakon desetak godina, Podravka otvorila regionalno skladište za gastro kupce.



Susret s kupcima u restoranu "Boban"

Razgovor s direktorom Prodaje SPJ Pića - Regije Slavonija Darkom Matekom

Nova organizacija logistike i distribucije donosi značajne uštede

Tekst i snimka: **Boris Fabijanec**

Početkom ove godine u Prodaji SPJ Pića organizirana je i formirana nova prodajna regija, Regija Slavonija, sa sjedištem u Lipiku. Od Iloka do Popovače 34 zaposlenika prodavat će Studenac, Studenu, ledene čajevе i Deit. Detaljno su organizirane mikro-regije, njih sedam koje svakodnevno obrađuju trgovački predstavnik i vozač-prodavač. Već prvi ostvareni rezultati dokazuju kako je formiranje te prodajne regije pravi poslovni potez. Osim toga, na jedan novi i funkcionalniji način organizirana je logistika i distribucija proizvoda Studenca. O tome direktor Prodaje SPJ Pića - Regije Slavonija **Darko Matek** kaže:

- Centraliziranjem logistike u Lipiku pokušavamo da se što više kupaca direktno snabdijeva iz Lipika. Konkretno, u Regiji Slavonija mi već sada bilježimo značajne uštede u transportu. Naime, imali smo slučajeve da je roba npr. išla u skladište Osijek, istovarila se pa nakon dva-tri sata ponovno utovarivala i prevozila kupcima.



Darko Matek

No, sada smo uuhodali novi način distribucije pa svi kupci koji naruče pet-šest paleta proizvoda dobivaju ih direktno iz Lipika. Kamion istovari u Slavonskom Brodu nekoliko paleta, potom u Vinkovcima, a ako ostanе neka razlika, to se istovaruje u osječkom Podravkinom skladištu. Dakle, više nema slučajeva da roba dođe u Osijek pa da drugi dan ide npr. u Đ

akovo ili Vinkovce. Mogu vam reći da su to velike, velike uštede koje se u ova dva mjeseca pokazuju. Osim u našoj regiji taj sistem distribucije primjenjujemo i u još neke. Konkretno, spojili smo Varaždin, direktno pića iz Lipika idu prema Bjelovaru, a ne kao prije, prvo Koprivnica pa onda Bjelovar.

- *Dakle, to nije samo Regija Slavonija, već se pokušava spojiti kontinentalna Hrvatska?*

- Tako je, direktno opskrbljujemo sve što gravitira prema Lipiku, a također obavljamo i direktne isporuke velikim kupcima, jer nema potrebe istovarivati šleper u Zagrebu pa ga onda drugi dan ponovno utovarivati za neki zagrebački trgovački lanac. Sve u svemu, nova organizacija logistike i distribucije donosi značajne uštede, a i kvalitetniju i brzu isporuku kupcima.

- *Prošlo je dva mjeseca od osnivanja Regije Slavonija. Što pokazuju dosadašnji rezultati poslovanja?*

- Vrlo sam zadovoljan funkcioniranjem naše prodajne regije, jer u samom startu je organizacija dobro

postavljena. Dokazuje to što smo u siječnju i veljači ispunili, moram reći, vrlo ambiciozne planove. Sa šest, sedam tonskih kamiona plus vozila koja prate trgovačke predstavnike te jednim iznajmljenim kamionom svakodnevno rješavamo narudžbe kupaca. Krajem travnja ili početkom svibnja očekujemo nekoliko novih dostavnih vozila i to će sigurno pridonijeti da još više povećamo prodaju naših proizvoda.

- *Dakle, prostora za veće prodajne rezultate ima?*

- Moram reći da sada svi moji ljudi rade maksimalno. No, prostora za više uvijek ima, jer u Regiji Slavonija ima prostora koji su fantastično zastupljeni s proizvodima Studenca do onih gdje gotovo i nema naših proizvoda. Naravno, sada se fokusiramo na one gradove i mjesta gdje Studenac nije adekvatno zastupljen. Takvih mjesta ima, ali sam uvjeren da ćemo ih vrlo brzo kvalitetno odraditi, unatoč tome što imamo veliku i nasljeđenu konkurenciju.

- *Gospodine Matek, recite kako je stimulirano prodajno osoblje u vašoj regiji?*

- U tijeku je izrada plana stimulacije kako bi ljudi bili direktno nagrađivani za ostvarene rezultate rada. Naravno, najviše će se pratiti ostvarena realizacija i to ne samo individualna, već i u

okviru regije. Znači, ako je regija ostvarila plan, a netko od putnika podbacio, moramo analizirati zašto i ne dozvoliti da se takve stvari događaju u nedogled. Uostalom, ja od 1994. godine radim u Prodaji Podravke i imam prilično terenskog iskustva te poznačem gotovo sve gospodarske i trgovačke segmente u Slavoniji. Naime, za dobre prodajne rezultate jedan od značajnijih faktora je dobra informiranost o pojedinoj trgovačkoj kući. Uz to, s poslovnim partnerima treba uvijek njegovati dobre poslovne odnose pa čak i prijateljske.

- *Prvi prodajni rezultati ohrabruju te nam gospodine Matek otkrijte formulu uspjeha?*

- Zaista smo u kratkom roku organizirali prodaju u Slavoniji, a zapravo temelj uspjeha čini svakodnevni obilazak kupaca kojemu dajemo poseban značaj, redovite isporuke robe te detaljna obrada terena. Moramo biti prisutni od najmanjeg dućana u Slavoniji do najvećeg trgovačkog centra. Svi kupci i potrošači su za nas važni, nema tu neke prodajne diskriminacije. Za sezonu smo dobro pripremljeni, imamo veliku podršku od čelnih ljudi SPJ Pića, treba nam još više propagandnog materijala i mislim da će naša regija prilično puno participirati u ukupnim prodajnim rezultatima SPJ Pića - rekao je na kraju razgovora Darko Matek.

Zabilježeno u Tvornici “Sana” u Sloveniji

Neriješeni imovinsko-pravni odnosi

U tvornici “Sana”, gdje su sada zaposlena 124 radnika, od čega dvadeset i četvorica rade na određeno radno vrijeme, relativno su zadovoljni s poslovnim rezultatima u prošloj godini, a i u prva dva mjeseca ove - rekla nam je direktorica **Tanja Steblovnik**. Lanjsku su poslovnu godinu završili pozitivno, a proizveli su pet posto više, dok su za šest posto povećali godišnji plan prodaje.

U toj se Podravkinoj tvornici proizvode dvije skupine proizvoda: vafli i praškasti proizvodi (prašak za pecivo, prašak za pudinge, šlag kreme, šlag pjene...) koji imaju svoje tržište u Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, a izvoze i u Švedsku i Australiju, dok trenutačno najmanje prodaju na makedonskom tržištu, gdje su ranije bilježili solidne rezultate. Što se tiče same proizvodnje i prodaje, direktorica napominje da je tu situacija uglavnom stabilna, ali zato ističe jedan drugi problem:

- Radi se o vlasničkim odnosima između “Sane” i “Podravke”. Naime, još početkom 2000. godine na snazi je Ugovor o uređenju imovinsko - pravnih odnosa između naših dviju država, a po tom je pitanju vrlo malo učinjeno. To je veliki problem. Zbog neriješenih imovinsko - pravnih odnosa ne možemo ulaziti u neke veće investicije, a to nas i te kako koči u daljnjem razvoju. Od strane “Podravke” i dalje nam dolaze narudžbe za proizvodnju, što nas zadovoljava. Međutim, dok god imovinsko - pravni odnosi ne budu sređeni, nažalost, ne vidim neku sretniju budućnost, no nadam se da će se imovinsko - pravni odnosi riješiti što prije i da će tvornica “Sana” i dalje ostati u sklopu “Podravke”, jer samo na taj način ima svoju budućnost! - rekla je direktorica “Sane” Tanja Steblovnik.

ML. Pavković

Bilješka

Park(iralište)!

Ovih je dana koprivnička gradska uprava prepriječila put automobilima na “divlje” parkiralište na uglu Kolodvorske i Starčevićeve ulice nasuprot pješačkom pothodniku. Istini za volju, formalno se radi o zelenoj površini, na kojoj, “u skladu s pozitivnim zakonskim propisima i pravilima”, automobilima nema mjesta. No, time nije odgovorila na banalno pitanje, koje se u Koprivnici sve češće postavlja: Gdje parkirati?

Napola park - napola parkiralište u Kolodvorskoj dosad je sasvim dobro funkcioniralo (naravno, prema mišljenju onih koji su ga koristili), a ukidanje ovog potonjeg (parkirališta) nije tu lokaciju učinilo više onim prvim (parkom). Budući da se ne radi o uređenoj zelenoj površini, možda bi ipak bilo najbolje tamo “legalizirati” parkiralište, naravno ne dirajući stabla. Predlažemo gradskoj upravi (i Podravki) da se taj prostor - s malo novca i dobre volje - uredi za parkiranje desetak automobila, kako se ne bi zagorčavao život vlasnicima automobila koji rade u Kolodvorskoj i koji su godinama tamo parkirali, a sada su prisiljeni snalaziti se kojekako i čuditi se onome što je očito nemoguće: kako pedesetak kola strpati na tridesetak parkirnih mjesta.



Žardinjerama prepriječen prolaz automobilima na površinu koja nije ni park, a sada nije ni parkiralište

Prodaja rashodovanih vozila

Podravka d.d. Prodaja - Hrvatska
Na osnovi statuta poduzeća “Podravka” d.d. objavljuje se prodaja rashodovanog putničkog vozila putem *javne prodaje - zatvorenim ponudama* dana 19. 3. 2002. u restoranu Vanjskog transporta, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica, u 12 sati.
Ponude se primaju do 11,30 sati na blagajni Vanjskog transporta
Prodaje se osobno vozilo *Renault Safrane RT 2.0 SI, proizvedeno 1993.,ispravno, početna cijena 23.000 kuna.*
Navedeno vozilo može se razgledati 19. ožujka 2002. u Transportu, Đelekovečka cesta 9, Koprivnica (Milan Kuparić) od 8 do 11 sati. Pravo nadmetanja imaju sve pravnei fizičke osobe koje uplate jamčevinu u iznosu 10% početne cijene.Vozilo se prodaje po načelu“viđeno-kupljeno” bez prava na naknadne reklamacije.
Porez i sve troškove prijenosa snosi kupac. Kupac koji je u nadmetanju kupio vozilo, dužan ga je platiti i preuzeti u roku tri dana od održanog nadmetanja. Nakon tog roka, a u slučaju da kupac odustane od kupnje gubi pravo na povrat jamčevine.

SPJ Dolcela, lino, kviki Proizvodnja linolade
Na osnovi Statuta poduzeća Podravka d.d. i odluke o prodaji, objavljuje se prodaja rashodovanih teretnih vozila putem *javne prodaje - zatvorenim ponudama* dana 20. 3. 2002. u prostorijama Proizvodnje Linolade u 12 sati. Ponude se primaju do 11 sati u Proizvodnji Linolade kod Tanje Martinčić (prvi kat - tajnica).
Prodaju se slijedeća vozila:
1. Zastava 101 Poly Skala, KC 104 - T, proizvedeno 1989., neispravno, početna cijena 200 kn.
2. Zastava 101 Poly Skala, KC 435 - U, proizvedeno 1989., neispravno, početna cijena 200 kn.
- Navedena vozila mogu se razgledati 19. 3. 2002. u dvorištu Linolade, Danica 16, u vremenu od 9 do11 h. Pravo nadmetanja imaju sve pravne i fizičke osobe koje uplate jamčevinu u iznosu 10% početne cijene. Vozila se prodaju po načelu “viđeno-kupljeno”, bez prava na naknadu reklamacije.
Porez i sve troškove prijenosa snosi kupac.
Za dodatne informacije obratite se Ani Kušenić, tel. 652-141, interni 2141.

Jubileji lista “Podravka” - 40 godina izlaženja

Zašto baš 1962.?

Piše: **Hrvoje Šlabek**

”Kad čovjek uđe u krug tvornice, dobiva dojam da se tu ništa drugo ne radi, već samo ruši staro i podiže novo”, piše Glas Podravine o Podravki 1962. godine. U petnaestoj godini postojanja budućnost koprivničke prehrambene industrije bila je sigurnija nego pet-šest godina prije, kad je zbog gubitaka bila pred prinudnom upravom i korak do propasti. Uz novu proizvodnu halu današnje Tvornice juha, skladište ambalaže, restoran, garderobu, kotlovnicu i prvu stambenu zgradu za radnike, Podravka te godine gradi i svoje novine.

I dok se u godini početka proizvodnje juha u vrećicama, koje su prezentirane na jesenskom Zagrebačkom velesajmu 1957., svih tadašnjih dvjestotinjak radnika međusobno poznavalo, a i pitanje opstanka bilo je važnije od tamo nekakvog informiranja, stabilizacija Podravke i povećanje broja radnika na 870 godine 1962. otvorilo je prostor za osuvremenjivanje interne komunikacije. Iz prijašnje perspektive luksuz, poput televizora u namještenom stanu, tvornički list tada postaje potrebom, u neku ruku dokazom izbornog mjesta pod gospodarskim suncem.

”U Privrednoj komori naveliko se diskutiralo o potrebi izdavanja tvorničkih novina, pisalo se u štampi o tome kako radni čovjek mora o svemu biti informiran. Saznali smo da mnogi veći kolektivi imaju svoje listove. Podravka je veliko poduzeće i bilo je krajnje vrijeme da i ona dobije svoj list. Trebalo je početi, i to što prije”, piše 1963. godine šef laboratorija inž. Stanko Lauš i usto urednik prvog broja ”Informativnog biltena”. Poput juha i Vegete koju godinu ranije, i bilten je tako dijelom čedo Podravkina Instituta, čiji su prvi broj njegovi djelatnici i distribuirali.

Uz Lauša, nijedan prigodni tekst ne može izostaviti ostatak prve redakcije lista Podravka: Nikolu Kovača, Krstu Milošića, Ivu Gjereka, Alfonsa Kneza, Anicu Sabolović, Velimira Maravića i Ivicu Mihočku, nije red da se ne spomene ime tipkačice matrica Đurde Tarandek, a niti Zlatimira Krunića, koji je predložke umnožio na prostom šapirografu u 800 primjeraka.

Pokušaj dramatizacije izdavanja prvog broja ne bi bio suočen s prevelikim poteškoćama, jer zabilježena građa (na požutjelim listovima “Podravke”!) nameće i uvod (odluka da se za Dan Republike štampaju novine) i zaplet (nalaženje člankopisaca, cajtnot, kvar na šapirografu, hoće li se stići) i rasplet (kvar se u zadnji čas otklanja, “cure” zadnji listovi pred zvuk tvorničke sirene, kombi sa složenim “biltenima” stiže pred Podravku). Epilog traje sve do danas.

U idućem broju: ”Vijesti, najnovije vijesti!”
Napomena: Podaci i navodi preuzeti iz “Priloga za povijest Podravke” dr. Dragutina Feletara, Koprivnica 1980. i uvezenih godišta lista “Podravka”.

*** * ***

Čestitke za jubilej

Našem korporacijskom listu “Podravka” iskreno čestitamo 40 godina izlaženja i 1600. broj. To je jubilej koji opravdano zaslužuje javno priznanje. To je jubilej koji bi svake novine poželjele postići, ali to nije lako. Iz vlastitog iskustva svjesni smo koliko je truda, odricanja i nemirnog sna potrebno da uloži svaki član uredništva kako bi novine svakog tjedna došla u ruke radnika.

Samo naprijed, dragi prijatelji, čitani ste s interesom!
Vaš Ivo Belan, Glasnik “Belupo”

Poštovane gospođe i poštovana gospodo novinari lista “Podravka”
Čestitam vam na 40 godina uspješnog rada na informiranju, educiranju ali i zabavljanju svekolikog radništva Podravke, Koprivnice, županije pa i šire, sve do najdaljih kutaka tržišta gdje su se Podravkaši kretali. I sâm sam već dosta dugo u Podravki (26 godina), poneki put sam i pisao u našem i vašem listu, poznajem vas gotovo većinu, kao i prethodne članove vaše ekipe i suradnike i veselim se vašem jubileju.
Za nevjerovati je, ali zaista već trajete 40 godina! Isusek, kak’ ste stari!
Još jednom čestitam vam svima jubilej i želim vam i dalje puno uspjeha u radu.

Srdačan pozdrav, **Vlado Markota**

Novi užici iz Podravkine kuhinje - SPJ Voće i povrće

Umak od rajčice sa šampinjonima - osjetite sunce Mediterana

Piše: **Marija Vađunec**, tehnolog

Umak od rajčice sa šampinjonima je umak od povrća na bazi rajčice začinjen lukom i drugim začinima s dodatkom šampinjona. Proizveden je od strogo kontroliranih sirovina, pri sniženom tlaku i temperaturi, što osigurava sačuvanost svih visokovrijednih sastojaka povrća. Istarska rajčica koja je glavni sastojak umaka doista unosi sunce mediterana u naš organizam: vitamine, minerale i antioksidanse - pigmente s vitaminskim djelovanjem. To su likopen i β-karoten, neophodni

za fizičko i mentalno zdravlje čovjeka. U ovom proizvodu likopen je biodostupniji našem organizmu, jer je rajčica toplinski obrađena. U umak je dodano ulje koje pojačava apsorpciju i akumulaciju likopena i beta-karotena, “hvatača” slobodnih radikala, koji su uzročnici malignih bolesti.

Ako želite brzo pripremiti ukusan i kvalitetan obrok, umak od rajčice sa šampinjonima je idealno rješenje. Možete ga konzumirati toplog (zagrijte ga kratko sa staklenkom u

posudi s vrućom vodom) ili hladnog uz kuhanu tjesteninu, rižu, krumpir, različita mesa i nareze te za pripremanje pizze.

Umak je pasteriziran proizvod bez konzervansa pa ga stoga preporučamo potrošiti odmah nakon otvaranja ili ga čuvati u hladnjaku najdulje četiri dana. Ima visoku nutritivnu, a nisku energetsku vrijednost: u 100 g sadrži 222 kJ/53 kcal.

Kušajte i osjetite sunce mediterana na prvi zalogaj!

Palenta s umakom od povrća

(za 4 osobe)

5 dl vode, sol, 5 žlica maslinova ulja, 20 dag instant kukuruzne krupice, 20 dag brokule, 40 dag tikvica, 1 staklenka umaka od rajčica sa šampinjonima Podravka (350 g).

Kipuću vodu posolite, dodajte žlicu maslinovog ulja i istresite kukuruznu krupicu. Kuhajte 2 minute uz neprestano miješanje, a na kraju umiješajte 2 žlice maslinova ulja. Cvjetiče brokule kratko prokuhajte u slanoj kipućoj vodi. Tikvice prepolovite i narežite na ploške. Popržite ih na preostalom maslinovom ulju, posolite, popaprite, a zatim dodajte kuhanu brokulu i umak od rajčica sa šampinjonima. Kratko prokuhajte uz lagano miješanje i prelijte preko palente.



Izložbe

Akademski slikar Tihomir Lončar izlaže u Podravki

Danas (petak) u 13 sati u Izložbenom salonu Podravke otvara se izložba slika akademskog slikara Tihomira Lončara iz Zagreba. Lončar je rođen 1953. u Vinagori u Hrvatskom Zagorju, završio je Školu primjenjene umjetnosti, slikarski odjel, te Akademiju likovnih umjetnosti u Zagrebu. Među brojnim izložbama posebno je važna velika samostalna izložba “Krajolici” u Muzeju za umjetnost i obrt 1993. godine, izložba “Tri godišnja doba” u Umjetničkom paviljonu 1999. godine te izložba u uglednoj galeriji Springer u Berlinu. Tiskane su mu dvije monografije. U Izložbenom salonu Podravke izložit će 25 ulja na platnu nastala u posljednje tri godine. Izložba je organizirana u suradnji s Galerijom S - Žuti dućan, odnosno s prof. Marianom Špoljarom. Izložba će se moći razgledati tijekom ožujka i travnja.

Marijana Gaži izlaže u Vrbovcu

Prošloga tjedna u motelu Marina u Vrbovcu otvorena je četvrta samostalna izložba slika Marijane Gaži, slikarice koja se u slobodno vrijeme rado druži s umjetnošću, odnosno s platnom i kistom na koje prenosi trenutno stanje duha, svoje osjećaje. Marijana Gaži zaposlenica je Podravke i članica Podravkine Likovne sekcije a i Mješovitog pjevačkog zbora s kojim rado sudjeluje na raznim nastupima i koncertima.

U Vrbovcu je Marijana izložila osamnaest slika, uglavnom ulja na platnu i paste, a otvorenje izložbe uvečali su članovi Podravkine Literarne sekcije i Duo Bemian iz Peteranca.

l A. V

Bilješka o knjižnici na kotačima

Bibliobus četvrt stoljeća i među Podravkinim radnicima

Piše: **Hrvoje Šlabek**
Snimio: **Nikola Wolf**

Koprivnička knjižnica na kotačima zakoturala se u 24. godinu svoga postojanja, od čega zadnju godinu dijeli svrhu postojanja i s čitateljima iz Podravke. Prije godinu dana bibliobus se prvi put zaustavio u krugu Podravke kako bi radnicima omogućio posudbu knjiga za vrijeme radne stanke. Toga prvog dana devet je

”Podravkaša” dobilo svoje iskaznice i ponijelo sa sobom tražene naslove. Dan po dan, mjesec po mjesec, njihov broj narastao je na 113.

Poput rituala korisnici očekuju bibliobus u Podravki, Belupu, Danici ili Linoladi, s radošću proćavrljaju s njegovim ”šefom” **Mladenom Tudićem**, ili se kod vozača **Ivana Trepoteća** raspituju bruji li skladno vremenska mašina ili će opet nešto ”kihnuti” pa će ostati bez svoje knjige.



Bibliobus u Podravki - knjiga nadohvat radnicima

Liječnik za vas

Isplati se prestati pušiti u bilo kojoj dobi

Piše: **dr. Ivo Belan**

Nova studija objavljena u časopisu New England Journal of Medicine ukazuje da čak i pušači koji dožive svoje 70-e godine imaju vjerojatnost živjeti duže ako prestanu pušiti. Istraživači kažu da rezultati studije pružaju neke od najčvršćih dokaza da nikad nije prekasno prekinuti s cigaretama. Ispitivanje se zasnivalo na petogodiš-

njem praćenju 7178 osoba, starijih od 65 godina, koji su živjeli u Bostonu, New Havenu, Iowi i Washingtonu. Rezultati su pokazali da bivši pušači imaju otprilike isti rizik umiranja od srčanih oboljenja kao i oni koji nisu nikad pušili. Žene koje su prestale pušiti suočavaju se s otprilike istim rizikom smrti od raka kao i one koje nisu nikad pušile, dok muškarci koji su napustili cigarete, još uvijek imaju

Obilježavanje 10. obljetnice smrti Ivana Generalića

U srijedu i četvrtak, 20. i 21. ožujka, Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata ”Podravke” i Koprivničko - križevačka županija zajedno će organizirati još jednu veliku kulturnu manifestaciju - ovaj put u čast i slavu najpoznatijem hrvatskom slikaru Ivanu Generaliću, koji je umro prije deset godina (1992.).

Tako će u srijedu u 19 sati u Prvoj

hrvatskoj galeriji iz Domovinskog rata ”Bili su prvi kad je trebalo” (UBIUDR Podravka) župan Josip Frišić otvoriti dvije izložbe: crteža Ivana Generalića (iz fundusa Podravke) i fotografija ovog umjetnika Bolte Ranilovića, dok će se u četvrtak svečanost održati u Sigecu, gdje je od 1981. do 1992. godine živio i stvarao Ivan Generalić. Na proćelju obiteljske kuće njegove sup-

ruge Roze župan će otkriti spomen - ploču doajenu naivnog slikarstva koju će zajedno podignuti Udruga branitelja ”Podravke” i županija. O životnom i likovnom putu Ivana Generalića govorit će Mladen Pavković, dok će u prigodnim programima sudjelovati Folklorna udruga ”Sigeko srce” pod vodstvom Ratimira Juršetića, šansonijer Ivan - Ivica Percl i voditeljica Jadranka Lakuš.

Prodajna izložba knjiga

Odjel za standard radnika u suradnji s nakladničkom kućom Stanek iz Varaždina organizira prodajnu izložbu knjiga po slijedećem rasporedu: 18. 20. 21. i 22. ožujka u predvorju restorana društvene prehrane u Starčevićевой ulici 25. i 26. ožujka u prostoriji u sklopu portirnice Belupa u Koprivnici 27. ožujka u Tvornici Linolade Sve izložene knjige moći će se kupiti na otplatu obustavom od plaće radnika do 10 mjesečnih rata prema vrijednosti kupljenih knjiga.

- *Najviše se posuđuje beletristika, a imamo svega - od klasika do suvremenih hrvatskih pisaca. Ljudi dosta čitaju i popularno-znanstvenu literaturu, uzimaju lektiru za svoju djecu, uglavnom: među 12.000 svezaka, odnosno 3500 naslova, imaju što oda-brati* - priča nam Tudić između dvije posudbe, malo se ljuteći što smo primijetili da unutrašnjost bibliobusa izgleda ”kao prava knjižnica”: - *Mi i jesmo prava knjižnica!*

I doista, sve je tu: pult za razduživanje, pult za zaduživanje, police, knjige. Šoferska kabina jedina je iznutra vidljiva razlika od statične knjižnice. I kotači izvana, naravno.

Iako stara, ta je knjižnica aktualna. - *Dobivamo nove naslove, što čitatelji i traže. Recimo ‘Gospodara prstenova’ nismo vozili jer nije bilo interesa. Kad je knjigu popularizirao film, povezli smo nekoliko primjeraka i uskoro su svi razgrabljeni* - objašnjava Tudić.

’Gospodar prstenova’ srećom nije pokisao kad je curio krov bibliobusa, kao što su stradale slikovnice, koje su zato sada - zlu ne trebalo - zaštićene kutijama. Popis, pak, svih dosadašnjih kvarova bibliobusa bio bi podugačak, ali usprkos tome on i dalje vozi. Godinama se već iz koprivničke knjižnice čuju vapaji za novom knjižnicom na kotačima, ali oko milijunura, koliko bi stajao, još nitko nije uspio skupiti.

Dok se ne ostvare ti snovi, ljubitelji knjige i dalje će razveseljavati stari bibliobus, koji prkosi zubu vremena i ne da se u staro željezo.

Obavijesti

Prodaja smrznutog mesa

Sektor za standard obavještava radnike Podravke da organizira prodaju smrznutih proizvoda Danice d.o.o. uz mogućnost plaćanja na tri rate:

A) **danburger**, pakiranje 3 kg, 103,98 kn/paket
B) **ćevapčići**, pakiranje 3 kg, 111,26 kn/paket
C) **dansteak**, pakiranje 3 kg, 100,54 kn/paket

Zainteresirani radnici mogu se prijaviti najkasnije do 21. 3. u Odjel za standard radnika na tel. 651-781.

Podjela smrznute ribe

Sektor za standard radnika obavještava radnike Podravke koji su naručili smrznute ribe da će podjela biti u dvorištu Galantpleta od 13,30 - 15,30 prema slijedećem rasporedu:

19. 3. (utorak): Belupo, Centralno planiranje, Danica, Dječja hrana, Društvena prehrana, Ugostiteljstvo, Energetika, Informatika, Inženjering, Tvornice juha i Vegete,

20. 3. (srijeda): Kokteli, Kontroling, Linolada, Logistika, Ljudski potencijali, Podravski mlinovi, Nabava, Održavanje, Opći poslovi, Pića i Studenac, Poni, Pravni poslovi, Prodaja, Razvoj i tehnologija, Riznica, SPJ slatki program, Strateški marketing, Koprivnička tiskarnica, Tržište RH, Upravljanje materijalima, Ured Uprave, Voće.

Podjela sireva Bohnec

Sektor za standard obavještava radnike Podravke koji su naručili sireve da će podjela biti u dvorištu Galantpleta od 13,30 do15,30 prema slijedećem rasporedu:

21. 3. (četvrtak): Belupo, Centralno planiranje, Danica, Dječja hrana, Društvena prehrana, Ugostiteljstvo, Energetika, Informatika, Inženjering, Tvornice juha i Vegete, Kokteli,

22. 3. (petak): Kontroling, Linolada, Logistika, Ljudski potencijali, Podravski mlinovi, Nabava, Održavanje, Opći poslovi, Pića i Studenac, Poni, Pravni poslovi, Prodaja, Razvoj i tehnologija, Riznica, SPJ slatki program, Strateški marketing, Koprivnička tiskarnica, Tržište RH, Upravljanje materijalima, Ured Uprave, Voće.

	Društvena prehrana Jelovnik
18. 3. ponedjeljak:	- Varivo grah s kiselom repom, hrenovka
19. 3. utorak:	- Junetina na lovački, rizi-bizi, salata
20. 3. srijeda:	- Sarma, slani krumpir, voće
21. 3. četvrtak:	- Pečena svinjetina, krpice s kupusom, salata
22. 3. petak:	- Špek fileki, krumpir pire, salata

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

Osnivač i izdavač: PODRAVKA, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica Direktorica Službe za interno komuniciranje: Jadranka Lakuš Glavni i odgovorni urednik: Branko Peroš Redakcija lista: Boris Fabijanec, Mladen Pavković, Branko Peroš, Slavko Petrić i Hrvoje Šlabek Fotograf: Nikola Wolf Grafički dizajn: Jana i Ivana Žiljak, FotoSoft	Grafička urednica: Vanesa Grgić 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

Prva hrvatska nogometna liga - 22. kolo

Vinkovčani sretno do boda

SLAVEN BELUPO - CIBALIA 0:0

Nakon teško osvojenih bodova na domaćem terenu protiv TŠK, gotovo nitko od 1.500 gledatelja na koprivničkom Gradskom stadionu nije se previše trudio da unaprijed prognozira rezultat Slaven Belupa i Cibaliije. Naravno, svi su potajno očekivali pobjedu kopri-vničkih nogometaša, ali i ova utakmica je pokazala da u Prvoj hrvatskoj ligi nema lakih i teških protivnika.

Utakmica je počela terenskom inicijativom domaćih nogometaša. Već u 7. minuti mogao se proslaviti Bajsić, ali loše prima loptu. U 13. minuti 100 postotna prigoda za Slaven Belupo. Kovačić dobro pronalazi Dodika koji iskosa izbija sam pred vratara Marića, ali njegov udarac završava kraj gola. U 25. minuti gotovo u istoj prigodi je Kovačić koji dobro miješa obranu gostiju, izbija sam pred Marića, ali i njegov udarac je bio neprecizan. Lopta kraj stativie odlazi u gol-aut. Minutu kasnije, agilni Kovačić dobro upošljava Radićeka koji se spetljao s loptom. U 31. minuti Bajsić dobro ubacuje u šesnaesterac gostiju, na loptu skače Dodik, ali njegov udarac glavom bio je laki plijen za gostujućeg vratara. U 40. minuti Bajsić dobro prolazi Cibaliniju obranu,

upošljava Kovačića, ali u zadnji trenutak obrana Cibaliije izbacuje loptu u korner. Zaista, u prvom poluvremenu nogometaši Slaven Belupa igraju motivirano, imaju terensku inicijativu, ali nikako da se odigra ona završna lopta koja treba završiti u mreži. S druge pak strane, nogometaši Cibaliije se znalački brane, tražeći svoju prigodu u kontra napadima.

Upravo takva situacija događa se u nastavku, kada Lajtman izbija sam pred Solomuna, jer su domaći nogometaši mislili da se radi o zaleđu, dodaje loptu Leutaru koji snažno puca, ali pred prazni gol postavlja se Petar Bošnjak i izbija loptu u korner. Minutu kasnije, sto postotna prigoda za Bajsića koji je opet sam pred Marićem, ali opet je njegov udarac neprecizan. Desetak minuta kasnije Bajsić oprobava svoj udarac s dvadesetak metara - iznad vratiju Cibaliije. U 64. minuti s 30-ak metara puca Lučić. Dobar udarac u donji desni kut vratiju Solomuna koji je bio na mjestu. Vidjevši da tri boda postaju sve više utopija, domaći nogometaši pritišću. alli ne uspijejevaju postići pogodak. Na kraju, neriješeno i veliko slavlje vinkovačkih nogometaša i malobrojnih navijača iz Vinkovaca.

Protiv Cibaliije za Slaven Belupo su

igrali: Solomun (od 64. Lisjak), P. Bošnjak (od 56. M. Kovačević), Amižić, Radiček, S.Bošnjak, Gal, Ferencina, Bajsić, Dodik, Kovačić, Jurčec (od 80. Filipović).

Nakon utakmice trener Slaven Belupa Dražen Besek je izjavio: - U ovoj utakmici samo je nedostajalo golova i mislim da je mogla zadovoljiti sve prisutne na stadionu. Cibalia se pokazala kao izuzetno kvalitetna i organizirana ekipa koja zna kako se braniti i kako izaći te ugroziti protivnika. Na našu žalost mi nismo uspjeli postići pogodak, ali mislim da treba čestitati i jednoj i drugoj ekipi na izuzetnom trudu i zalaganju, a pored toga i na kvalitetnoj utakmici. I mi smo imali iste probleme kao i Cibalia, jer i naša dva igrača su vrlo brzo "požutjela" i morali smo paziti da ne dode do isključenja, ali u svakom slučaju utakmica je bila korektna i interesantna.

U idućem kolu Slaven Belupo gostuje u Šibeniku. Bit će to teško gostovanje s obzirom na to da su Šibenčani kao gosti deklasirali Hrvatski dragovoljac s četiri pogotka Mate Dragičevića. No, kao što ističe trener Besek, Koprivničanci se ne boje tog gostovanja, već žele da imaju iste kriterije kao što je Cibaliija imala u Koprivnici.

B. Fabijanec

Uoči prve utakmice četvrtfinala Kupa EHF-a između Podravke Vegete i Ikasta

Zadovoljni bilo kakvom pobjedom...

Prva utakmica četvrtfinala Kupa EHF-a između Podravke Vegete i danskog Ikasta očekuje se s nestrpljenjem. U koprivničkom klubu svjesni su da im u goste dolazi jedna od najjaćih europskih rukometnih ekipa u čijem sastavu

su brojne reprezentativke Danske, Mađarske i Norveške.

-Ikast je vodeći u danskom prvenstvu i realno je kvalitetnija ekipa od nas. Igraju brzi i kvalitetan rukomet do zadnje sekunde utakmice i ja bih osob-

no bio zadovoljna s bilo kojom pobjedom u Koprivnici - rekao nam je direktor RK Podravke Vegete Berislav Slukić.

Također, čelnici kluba sutra očekuju punu koprivničku Sportsku dvoranu vjernih navijača - ulaz na utakmicu je besplatan. Utakmica počinje u 17 sati, a bit će i izravni televizijski prijenos.

Osnovan klub navijača rukometašica Podravke - Red roosters

Nakon brojnih inicijativa, u Koprivnici je 9. ožujka službeno osnovan klub navijača Rukometnog kluba Podravka pod nazivom Red roosters - crveni pijevci. Za predsjednika navijača Podravkašica izabran je Aleksandar Vajdić, a već prvog dana osnivanja u klub se upisalo pedesetak navijača. Inače, godišnja članarina je sto kuna, a za nju svaki navijač dobiva majicu, šal i kapu te besplatne odlaske na gostovanja koprivničkih rukometašica. Zainteresirani navijači koji žele postati članovi Red roostersa mogu se svakodnevno javiti u prostorije Rukometnog kluba Podravka.

[B. F.]



Navijači rukometašica sada i organizirani pod zvučnim imenom

Nakon višegodišnje stanke

Hrvački klub Podravka ponovno aktivan

Nakon višegodišnje stanke Hrvački klub Podravka ponovno postaje aktivan. Novo vodstvo kluba - Vedran Blažeković, dva puta viceprvak Hrvatske u seniorskoj kategoriji i Saša Šprem, bivši uspješan kadetski reprezentativac Hrvatske, istaknuli su kako im je želja da se što veći broj mladih ukljući u taj sport i da hrvanje

Koprivnici opet donosi pobjede i radosti. Radi upisa i dogovora čelnici kluba pozivaju svu djecu rođenu od 1989. godine da se osobno prijave utorkom i četvrtkom od 19 do 20,30 sati u dvoranu Osnovne škole "Antun Nemčić Gostovinski" kada se održavaju treninzi ili da se jave na broj mobitela 098/831-186.

Hrvanje u Koprivnici ima dugu tradiciju - počinje 1960. godine, ali tek 1971. godine klub se natječe u tadašnjoj jugoslavenskoj ligi, hrvači su tijekom godina bili vrlo uspješni pa se zbog toga novo vodstvo kluba nada da će se ta uspješna tradicija hrvanja u Podravini nastaviti.

[B. F.]

Prva A liga kuglačica

Rijeka obranila naslov

VARTEKS - PODRAVKA 5:3 (2650:2617)

Piše: **Željko Šemper**

Završeno je kuglačko prvenstvo Hrvatske, a naslov prvakinja su obranile kuglačice Rijeke KWSO, koje su u derbiju kola uvjerljivo pobijedile ekipu Zagreba rezultatom 7:1. Kuglačice Podravke, bez obzira na poraz u Varaždinu, završile su na drugom mjestu ispred ekipe Zagreba. To su i tri ekipe, koje će na jesen zastupati Hrvatsku u euro-natjecanjima. Rijeka ide u Svjetski kup, Podravka u Europa pokal, a Zagreb u MBS kup. Iz lige ispadaju Mlaka i Šibenik, dok Istra i Vrbovsko idu u kvalifikacije.

Prije posljednjeg kola za titulu prvaka države izglede su imale sve tri ekipe, ali jedino je Rijeka "krojila" svoju i sudbinu ostalih - sve je bilo u njihovim rukama. Takvu prigodu Podravka je imala prije gostovanja u Vrbovskom, gdje je gubitkom boda (4:4), prepustila prvo mjesto Rijeci, koja je više nije ispuštala iz ruku. Rijeka je preiskusna ekipa, puna reprezentativnih imena na čelu s legendarnom Biserkom Perman, prekaljena u Europi, da bi napravila krivi korak i izgubila stečenu prednost.

Podravka je u Varaždinu dočekana "na nož", to su već tradicionalno dramatični i teški dvoboji. Staro rivalstvo uvijek ih čini zanimljivim, bez obzira gdje se igra - još krajem prvog dijela "krojačice" su nakon teškog poraza u Koprivnici našim djevojkama obećale poraz. Domaće kuglačice odigrale su protiv Podravke svoju ponajbolju utakmicu u ovom prvenstvu, a tako je bilo i u Vrbovskom...

Podravkašice su teški dvoboj "odigrale s mobitelom na uhu" - čekala se senzacija u Rijeci, a nje nije moglo biti. Samo povoljan rezultat iz Rijeke bio je motiv za "gas do daske" u Varaždinu. Kad je Rijeka prije zadnjeg bloka povela s 3:1, a na stazu je trebala izaći još Biserka Perman, sve je bilo gotovo. Ni pobjeda Podravke ništa nije mogla promijeniti. Utakmica je u sva tri blo-

Prva B liga sjever - kuglači

Domaćin je blistao

OGLASNIK - PODRAVKA 6:2 (5814:5655)

Kuglači Podravke na gostovanju u Zagrebu nisu uspjeli izbjeći neugodan 6:2 poraz. Domaći Oglasnik izrazito je "domaća" momčad, koja obilato koristi prednost svojih staza, gdje teško gubi bodove. Da ih je teško svladati na Grmošćici najbolje pokazuje njihov sjajan prosjek od 969 čunjeva, premda se ni Podravkaši s prosjekom od 943 čunja nisu osramotili. Već u prvom paru sve je bilo na strani domaćih. Iako su Šegerec i Grošanić odigrali odlično, domaći tandem Kartela (1038) i Maričić (990) bio je fantastičan, pa ne čudi vodstvo od 2:0 i nenadoknadivih 159 čunjeva njihove prednosti.

U drugom paru nastavlja se nadmoćna igra domaćih - Vučić sa slabim rezultatom gubi za pet drva, dok se mladi Gregurina nije iskazao - jedini je ostao ispod 900 drva. Domaći su povel i 4:0 i povećali prednost na 218 čunjeva. Je li to na pomolu prava "petarda"? Ipak, ne! Nenad Bakač i Zlatko Betlehem, "mladi lavovi", ne predaju se baš tako lako. Neno je za osam čunjeva svladao iskusnog Tomljanovića, dok je Zlatko "rasturio" daleko poznatijeg Leku - u sjajnoj igri srušio je 1010 čunjeva, a svog rivala nadmašio za 51 čunj. Tako je poraz smanjen na podnošljivih 6:2, iako je na kraju dvoboja razlika od 150 čunjeva pokazuje domaću kvalitetu zagrebačke momčadi.

Rezultati: Kartela - Šegerec 1:0 (1038:920), Maričić - Grošanić 1:0 (990:949), Klanjčić - Vučić 1:0 (931:926), Posavac - Gregurina 1:0 (940:886), Tomljanović - Bakač 0:1 (956:964), Leko - Betlehem 0:1 (959:1010).

Rukomet

Kadetkinje Podravke sedme u Hrvatskoj

Od 7. do 10. ožujka u Delnicama je odigrana završnica Prve hrvatske kadetske rukometne lige za igračice rođene 1985. godine i mlađe. Sudjelovalo je devet ekipa, a nakon odigranih utakmica mlade rukometašice Podravke osvojile su sedmo mjesto. Prema riječima trenerice Đurde Zečević, to je odličan

ka bila izjednačena - nakon prvog para 1:1 i prednost od 16 "drva" za Varteks. Miklošić je uvjerljivo izgubila, dok je Picer bila bolja od Pal za samo tri čunja. U drugom paru Žunek u sudaru s odličnom Delize koristi poznavanje varaždinskih staza, dok Vučić jedina ostaje ispod 400 srušenih čunjeva. Rezultat je 2:2, ali "krojačice" povećavaju prednost na 64 čunja, što je već malo teže nadoknadio.

U zadnjoj izmjeni Željka Orehovec, unatoč ozljedi ramena, pokušava nemoguće - želi poništiti domaću prednost u čunjevima. U sjajnoj igri zaustavlja se na 485 srušenih čunjeva i dolazi nadomak rekorda kuglane (489). U susjednim stazama trebao se odigrati "šlager" dana - Darinka Bunić protiv Marije Zver, sudar reprezentativki i bivših klupskih kolegica. Očekivanja se nisu ispunila, bio je to dvoboj bez "municije", kao da su se "ispucale" na oglednom reprezentativnom kampu prije tjedan dana. Da nije bilo slabog rezultata Verice Vučić (390), bila bi to dva najslabijia ostvarenja u derbiju sjeverne Hrvatske. Tako je završilo 3:3, a Varteks osvaja dva boda zbog viška od 33 čunja u ukupnom zbroju srušenih čunjeva.

Rezultati: Kocijan - Miklošić 1:0 (440:421), Pal - Picer 0:1 (437:440), Pazman - Vučić 1:0 (452:390), Delize - Žunek 0:1 (450:464), Zorec - Orehovec 0:1 (448:485), Bunić - Zver 1:0 (423:417).

Konačna tablica

1. Rijeka	22	19	0	3	126:50	38
2. Podravka	22	17	1	4	130:46	35
3. Zagreb	22	17	0	5	119:577	34
4. Osijek	22	15	1	6	111:65	31
5. Jedinstvo	22	10	1	11	86:91	21
6. Varteks	22	10	0	12	85:91	20
7. INA	22	9	0	13	75:101	18
8. Sunce	22	8	1	13	80:96	17
9. Istra Poreč	22	8	1	13	76:100	17
10. Vrbovsko	22	5	3	14	67:109	13
11. Mlaka	22	4	3	15	67:109	11
12. Šibenik	22	3	3	167	50:126	9

Novo iz Podravke

Fant začinske mješavine - mediteran, kopar, estragon i češnjak

Prošloga tjedna paleta proizvoda Fant postala je bogatija za četiri nove začinske mješavine - s koprom, estragonom, češnjakom te Fant začinska mješavina mediteran. Svaki od tih proizvoda, ovisno o pripremi, može se koristiti za tri različite namjene; kao salatni preljev pripremljen s uljem, octom i malo vode, kao hladni umak pripremljen s jogurtom ili kiselim vrhnjem te kao namaz pripremljen sa svježim sirom. Osnovni cilj uvođenja tih proizvoda, koji su pakirani u vrećice od 20 grama, je širenje kruga potrošača privlačenjem mladih dobnih skupina kupaca, odgovor na najnovije trendove u prehrani, efikasnije pariranje konkurenciji na prodajnom mjestu, širenje načina upotrebe Fant proizvoda te zadržavanje dominantnog položaja i udjela na tržištu marke Fant. Također, ti novi proizvodi Fant imaju veliki argumenat prodaje, jer uz visoku kvalitetu i poznatost



marke Fant na hrvatskom tržištu, omogućuju trostruku namjenu s obzirom na to da svaki od njih pruža tri mogućnosti upotrebe za tri različite vrste jela - salatni preljev, hladni umak

i namaz. U tijeku je uvođenje, placiranje i prodaja novih Fantova koji će sigurno naći put do dosadašnjih, a i budućih potrošača Fant proizvoda.

[B. F.]

U diskontu Danice kraj koprivničke Gradske tržnice

Degustacija polutrajnih proizvoda Danice



U cilju daljnjeg približavanja krajnjim potrošačima Podravkina Mesna industrija Danica organizirala je 7. ožujka u svom diskontu kraj Gradske tržnice prigodnu degustaciju svojih polutrajnih proizvoda - šunke u ovitku, šunke za pizu, šunkarice i tirolske. Također, svi potrošači koji su toga dana kupili proizvode Danice u iznosu većem od 30 kuna mogli su odabrati jednu od nagrada - tirolsku u vakuum pakiranju, paštete ili Leo kape. Prema riječima voditeljice gastro i maloprodaje Danice Sanje Majaroš, i dalje će se organizirati razne promotivne akcije, a u tijeku je novo placiranje, pozicioniranje i rad na novom imidžu prodajnih mjesta Danice. Također, u tijeku je i velika kampanja traženja i otvaranja maloprodajnih mjesta Danice diljem Hrvatske.

[B. F.]

U varaždinskom Getrou

Novi proizvodi Kalnika oduševili Varaždince

Prošle godine na tržište su plasirani novi proizvodi Podravkine tvornice Kalnik - umak od rajčice, salsa, relish te paprika u senfu. Odlični proizvodi, visoke kvalitete još uvijek nisu dovoljno poznati na hrvatskom tržištu pa su zbog toga organizirane promotivno-degustacijske i prodajne akcije uz prim za te proizvode. Tako je u varaždinskom Getrou 8. i 9. ožujka organizirana degustacija na kojoj je gastro-promotor Zlatko Sedlanić brojnim kupcima ponudio kanape sendviče od kruha i Podravkinih krepera na kojima su, uz zimsku salamu Danice bili relish i paprika u senfu. Uz to, potrošači su mogli probati kako je ukusna tjestenina pripremljena s umakom od rajčice sa šampinjonima i salsom. Sve u svemu, akcija je imala uspjeha jer su se tih dana brojni kupci koji su posjetili varaždinski Getro odlučili kupiti neki proizvod varaždinskog Kalnika.



Ovih dana, osim u Varaždinu, Podravkine degustacije održane su i održat će se i u ostalim Getroima

diljem Hrvatske - Zagrebu, Slavonskom Brodu, Rijeci, Splitu i Zadru.

[B. F.]

Recept tjedna:

Popara od grdobine

Potrebni sastojci: 1 - 1,5 kg grdobine, 1,5 dl maslinovog ulja, 2 luka, 4 češnja češnjaka, malo peršina, sol, papar, 1 žlica Vegete, 1 žlica konjaka, 2 žlice kečapa Podravka, 1 dl bijelog vina, 3 - 4 paradajza, 2-3 krumpira izrezanog na ploške

Priprema: Grdobini ogulite kožu i narežite je na ploške. Na ulju prodinstajte luk i češnjak. Nakon što luk i češnjak porumene dodajte peršin, paradajz, kečap, vino, konjak, Vegetu, sol, papar, te krumpir i grdobinu narezanu na ploške. Zalijte sa 4 dl



vode i kuhajte 30 - 40 minuta. Isto jelo možete pripremiti od ugora ili škarpine.

Recept pripremila:

Jakica Šeparović

iz Prigradice na otoku Korčuli

NAGRADNA IGRA PUNO, PUNO POVRČA!

Nagradno pitanje 1. kola glasi:

Koje povrće je glavni sastojak Podravkinih novih umaka (Salse i Umaka od rajčice sa šampinjonima), a sadrži antioksidans likopen koji veže slobodne radikale - uzročnike zloćudnih bolesti u našem organizmu?

Ime i prezime _____

Organizacijska cjelina _____

Telefon _____



Odgovore šaljite na adresu:

SPJ VOĆE I POVRĆE - MARKETING, PODRAVKA d.d., A. Starčevića 32, ili ih stavite u kutije koje će se nalaziti na istočnoj porti Podravke, ispred restorana u sedmerokatnici, porti Belupa i porti Danice.

NAGRADE:

1. PAKET S PROIZVODIMA I MAPA ZA PISANJE
2. PAKET S PROIZVODIMA I KNJIŽICA RECEPTA
3. PAKET S PROIZVODIMA



Crta: Ivan Haramija - Hans