



**Uspješnom promotivnim kampanjom do rasta prodaje Vegete u Poljskoj**

4. str.



**Sazvana glavna skupština dioničara Podravke**

2. str.

**Josip Gregurić - 35 godina likovnog stvaralaštva**

6. str.

## Uvodnik

Piše: **Jadranka Lakuš**

Biti prvi i najbolji težnja je gotovo svakog sportaša, gospodarstvenika, tvrtke, zajednice. Pobjednički mentalitet pozitivna je karakteristika najuspješnijih. A što se događa kada se težnja i želja ne poklope s rezultatom? Podravka to upravo doživljava ovih dana. Najprije rukometašice Podravka Vegete zbog velikog minusa u prvom susretu s poljskim Montexom nisu osvojile prvo mjesto u Kupu EHF. Pripale su im "samo" srebrne medalje. Zatim, unatoč dvije nominacije u četvrtom po redu izboru za "Zlatnu dionicu" kojeg su organizirali redakcija Poslovnog svijeta Večernjeg lista, gospodarstvena redakcija HTV i Kapital klub d.o.o. Podravka nije među glavnim dobitnicima proglašenim u srijedu na Financijskom forumu. U kategoriji najbolje industrijske dionice Pliva nas je pretekla za samo dva glasa (žiri je brojio 31 člana), dok smo prema odluci novinarskog žirija za odnose s javnosti primili "samo" pohvalu, a priznanje je otišlo Zagrebačkoj banci.

Razočaranje drugim mjestom, koje bi za mnoge također bio velikim uspjehom, najbolje se vidjelo na utakmici Podravke Vegete i Monteksa - dvorana je bila poluprazna što je ne samo demotiviralo domaće igrače koje su ako ništa drugo računale na pravu rukometnu atmosferu, začudile suce i delegate koji nisu navikli da se finala evropskih natjecanja igraju pred malobrojnog publikom, a dalo krila gošćama koje su se pomalo pribojavale ranije poznatog koprivničkog navijačkog pakla.

Gorak okus u ustima imaju i Podravkini financijski stručnjaci uvjereni da je naš plasman dionica u prošloj godini ipak bio bolji nego što je to pokazao rezultat glasovanja.

Vrijede li doista samo pobjednici?

Možda je bolje ne razbijati glavu odgovorom na ovo pitanje, nego razmisliti što svi zajedno moramo učiniti da bismo učinili taj mali, veliki korak koji nas dijeli od pobjedničkog trona.

## Podravka na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu

# Za bolje povezivanje gospodarstvenika i studenata



Za Podravku, njene proizvode, proizvodne mogućnosti i mogućnosti zapošljavanja zanimanje je pokazalo više tisuća studenata na Ekonomskom fakultetu

Piše: **Matija Hlebar**  
Snimila: **Željka Mačković**

Podravka je prošlog tjedna aktivno sudjelovala na desetom, tradicionalnom projektu Career day održanom na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu s namjerom što bolje upoznavanja studenata s radom poduzeća, mogućnostima zapošljavanja i izgradnje vlastite karijere u njemu, te stvaranja kvalitetne baze studenata kao potencijalnog mladog kadra kroz posebno kreirane upitnike za studente treće i četvrte godine te apsolvante. Cjelokupni je projekt bio podijeljen na: sajam poduzeća, putem kojeg su se studenti na

posebno uređenom Podravkinom štandu mogli informirati o mogućnostima zapošljavanja, stipendiranja, obavljanja stručne prakse i drugim područjima njihovog interesa vezanim uz našu kompaniju, izravno od predstavnika Ljudskih potencijala, te usmenu prezentaciju predstavnika Korporativnog komuniciranja i Ljudskih potencijala, kroz koju se studente upoznalo s radom poduzeća i njegovim poslovnim planom. U navedena je tri dana, za poslovanje Podravke i ulazak u Podravkinu bazu studenata o potencijalnom mladom kadru interes pokazalo više od pet tisuća studenata različitih strukovnih profila zagrebačkog i drugih hrvatskih Sveučilišta.

AIESEC Zagreb organizira brojne projekte kojima pridonosi razvoju Hrvatske. Projekt Career day se iz godine u godinu sve više i više razvija u kvalitativnom i kvantitativnom pogledu pa stoga ne iznenađuje ni činjenica da sve veći broj domaćih i stranih poduzeća sudjeluje u tom projektu. Tako je uz naše poduzeće na ovogodišnjem projektu sudjelovao i čitav niz domaćih i inozemnih, multinacionalnih tvrtki. Podravka je svoj marketinški prostor, osim pružanja informacija o poduzeću usmenim putem i putem računala s najnovijim Podravkinim web stranicama, optimalno iskoristila za promociju novih proizvoda među brojnog student-

skom populacijom, a kroz prikupljene je upitnike i znatno povećala mogućnost izbora kvalitetnog mladog kadra u budućnosti.

Po završetku projekta i nakon podjele zahvalnica, predstavnici svih poduzeća su upoznati s AIESEC-ovim najjačim oružjem - programom međunarodne razmjene studenata, kojim se kroz stručnu praksu stranih praktikanata u Hrvatskoj i naših u inozemstvu ostvaruje transfer iskustva i novih znanja iz stranih kultura. Tako je posljednju stručnu praksu iz navedenog programa od ožujka do svibnja ove godine nedavno u Podravki odradila i jedna madeonska studentica.

## Nova organizacija Podravke

# Predstavljamo nove cjeline i izvršne direktore (4)

Pripremio: **Hrvoje Šlabek**

**Ivica Punčikar,**  
**izvršni direktor**  
**Strateškog marketinga**



## Tri tranzicijske faze

Magistar ekonomije **Ivica Punčikar** u Podravki radi od 1993. godine, prvo kao pripravnik na poslovima izvoza, a zatim kao voditelj izvoza u zemlje zapadne i južne Europe. Od 1996. godine

Ovih se dana užurbano obavljaju pripreme za implementaciju nove organizacije Podravke, koja će formalno zaživjeti 1. svibnja. U ovom trenutku postavljeni su izvršni direktori pojedinih cjelina, a u iduća dva tjedna dobit će se i mikroorganizacija, do razine svakog radnog mjesta.

Budući da nova organizacija donosi velike promjene, u idućih nekoliko brojeva "Podravke" predstaviti ćemo nove cjeline i njihove direktore.

U ovom broju predstavljamo Strateški marketing i njegovog direktora Ivicu Punčikara.

koordinatore je u procesu restrukturiranja Podravke, a iduće godine postaje pomoćnik glavnog direktora Podravka-Prehrane i člana Uprave. Direktor Službe izvoza postaje 1999. godine, a na mjesto izvršnog direktora Strateškog marketinga dolazi s pozicije direktora Sektora za marketing.

Korporativna funkcija Strateški marketing nastaje na temeljima marketinga, koji je postojao uvijek u Podravki, s tim da je Podravka dosad nedovoljno bila orijentirana na dugoročno osmišljavanje aktivnosti, odnosno pripremanje za budućnost. Sada će Strateški marketing, zajedno sa Strateškim projektima i Razvojem poslovanja, osmišljavati poslovnu budućnost Podravke. Tranziciju Sektora za marketing u korporativnu funkciju Strateški marketing vidim u tri faze. Prva faza već se i dogodila, a to je bilo izdvajanje marketinških timova iz Sektora za marketing u strateške poslovne jedinice. Ono što je

ostalo u marketingu ima strateški značaj po tome što objedinjava - bilo da se radi o komuniciranju s tržištem ili istraživanju tržišta - sve strateške poslovne jedinice. Ono što moramo stvoriti, a to će biti druga faza tranzicije Sektora za marketing u korporativnu funkciju Strateški marketing, jest category management. Intencija nam je, naime, da se širimo u kategorijama određenih proizvoda gdje smo vrlo uspješni i smatramo da imamo dovoljno snage da konkuriramo na domaćem tržištu, na tržištima okolnih zemalja i na tržištima srednje Europe - o dvije faze ustroja Strateškog marketinga govori njegov izvršni direktor Ivica Punčikar i nastavlja:

Treća faza odnosila bi se na osmišljavanje naše dugoročne strategije. Naime, ovo što Podravka ima sada, vezano je na naslijeđenu tehnološku osnovu, u koju - osim u proizvodnju dodataka jelima marke "Vegeta" - nismo jako puno

ulagali, a taj nedostatak polako se već počeo osjećati. Dakle, osim što ćemo osmišljavati lansiranje novih proizvoda i na taj način osiguravati našu budućnost, jer to jedino možemo novim proizvodima u trendu, paralelno moramo raditi na poboljšanju tehnološke osnove.

S obzirom na to da je poslovni plan za ovu godinu već donijet, a da se organizacijske promjene događaju polovicom godine, nameće se pitanje kada će tranzicija Sektora za marketing u Strateški marketing biti dovršena.

Do kraja ove godine Strateški marketing trebao bi funkcionirati u cijelosti onako kako je to zamišljeno. Određene stvari već su učinjene i dogovorene u suradnji sa strateškim poslovnim jedinicama i s ostalim korporativnim funkcijama, i to će biti dobra osnova za daljnje izgrađivanje organizacije onako kako je to zacrtano - odgovara izvršni direktor korporativne funkcije Strateški marketing Ivica Punčikar.

## Održan seminar za interne auditore sustava kvalitete

Piše: **Marijan Jurić**

Sukladno projektnom planu uspostave sustava upravljanja kvalitetom prema normi ISO 9001 održan je prvobitni seminar za interne auditore sustava kvalitete. Seminar, kojem je prisustvovalo 19 kandidata (iz Podravke i Belupa), održali su predstavnici certifikacijske kuće Det Norske Veritas. Po završetku seminara kandidati su pristupili dvosatnom pismenom ispitu čiji će rezultati biti poznati za deset dana. Teoretski i praktični dio seminara i ispit održani su prema IRCA kriterijima za interne auditore.

Svrha je ovog seminara osposobljavanje auditorskog tima Podravke, koji će prosuditi razinu sukladnosti našeg sustava za upravljanje kvalitetom u odnosu na zahtjeve norme ISO 9001 kao i učinkovitost njegove implementacije prije vanjskog nezavisnog certifikacijskog audita od strane ovlaštene certifikacijske kuće. Poslije dobivanja certifikata potrebno je prema utvrđenom planu provoditi i dalje interne audite koji su sastavni dio održavanja sustava kvalitete.

Interni auditi sustava kvalitete su nezavisni, sustavni, dokumentirani, kontinuirani i planirani procesi koji daju temeljne informacije važne za odlučivanje i upravljanje svim

poslovnim procesima. Rezultati audita su važni jer najbrže ukazuju na one točke koje treba poboljšavati, gdje treba poduzimati preventivne ili korektivne radnje, jednom riječju; pokazuju "uska grla" koja treba prioritarno rješavati. Nalazi internih audita se analiziraju u KF Upravljanje kvalitetom i o tome se redovno izvještava Uprava Društva, koja u okviru svojih nadležnosti pokreće i odgovarajuće aktivnosti u smislu poboljšavanja sustava i procesa radi učinkovitog ostvarenja strateških ciljeva poduzeća. O nalazima internih audita i njihovoj analizi KF Upravljanje kvalitetom izvještava i organizacijske cjeline gdje su auditi održani, dajući preporuke i rješenja za aktivnosti kojima će se povećati njihova operativna učinkovitost.

Ovo će za sadašnje potrebe biti dovoljan broj internih auditora, a na jesen će biti educirana još jedna grupa koja će se moći angažirati prema planovima audita u svim djelovima Podravke gdje će biti implementiran sustav kvalitete prema zahtjevima ISO 9001. Interni auditi se vode i koordiniraju kroz KF Upravljanje kvalitetom, a posebno se vodi briga da auditor iz jedne organizacijske cjeline nikad ne vrši auditiranje u "svojim" sredinama, kako bi se udovoljilo zahtjevu nezavisnosti.

## Sazvana Glavna skupština dioničara Podravke

# Rasprava o financijskim izvještajima i o poslovanju

Ovogodišnja Glavna skupština dioničara Podravke sazvana je za 29. lipnja u 12 sati, a održat će se, kako je to već uobičajeno, u velikoj dvorani u prizemlju poslovne sedmerokatnice. Na njoj će se raspravljati o temeljnim Podravkinim financijskim izvještajima za prošlu godinu, o izvještajima Uprave i Nadzornog odbora o poslovanju i stanju Podravke te o nadzoru poslovanja u prošloj godini, o upotrebi i rasporedu prošlogodišnje dobiti te o imenovanju nove revizorske kuće za reviziju Podravkinog poslovanja.

Pravo sudjelovanja u radu Glavne skupštine imaju svi Podravkini dioničari koji do 19. lipnja u 16 sati u tajništvo Podravke (adresa: Podravka d.d., Tajništvo Društva, A. Starčevića 32, 48000 Koprivnica) prijavie takve svoje namjere. Sudjelovanje i pravo glasa dioničari mogu ostvariti i putem punomoćnika, ako svoju punomoć daju u pisanom obliku na obrascu koji će se

dostaviti svim dioničarima.

Uprava i Nadzorni odbor utvrdili su svoje prijedloge odluka koje će iznijeti na Glavnoj skupštini i o kojima će se glasati. Predlaže se usvajanje temeljnih financijskih izvještaja za poslovnu 2000. godinu s izvještajima i mišljenjima ovlaštenih revizora. Također se predlaže usvajanje izvještaja Uprave i Nadzornog odbora o poslovanju i nadzoru prošlogodišnjeg poslovanja te davanje razrješenja tim tijelima, kojima se odobrava njihov rad. Ako se usvoji prijedlog odluke Glavne skupštine koje daju Nadzorni odbor i Uprava, prošlogodišnja dobit Podravke d.d. od 29 milijuna i 188 tisuća kuna upotrijebit će se na sljedeći način: u zakonske rezerve ide 5 posto dobiti, što iznosi oko milijun i pol kuna, u statutarne rezerve oko milijun i 400 tisuća kuna, oko 4 milijuna njemačkih maraka isplatit će se kao dividenda Europskoj banci za obnovu i razvoj temeljem vrijedećeg ugovora, a ostatak dobiti rasporedit će se u zadržanu dobit. Prema tom prijedlogu, dakle, dividende za Podravkine dioničare, osim na poslovanje dionice EBRD-a, neće biti. Jednostavna računica pokazuje da ostatak prošlogodišnje dobiti, nakon što se popune zakonske i statutarne rezerve te nakon što se isplati EBRD, iznosi oko 11 milijuna kuna. Da se ta svota dijeli na više od 5 milijuna Podravkinih redovnih dionica, dividenda bi iznosila nešto više od 2 kune. Zadnji prijedlog odluke Glavne skupštine daje Nadzorni odbor, a on se odnosi na imenovanje revizorske tvrtke "PricewaterhouseCoopers", d.o.o., Zagreb za Podravkine revizore.

[ H. Š ]

## Pogled iznutra

# Razvojni ciklus



Piše: **Zvonimir Mršić**

Krajem prošle godine postali smo svjesni da strategija "profita-bilnog rasta" nastala u radionici Arthur D. Littlea bila je nedovoljno poticajna jer je predviđala da se rasti može dezinvestiranjem i fokusiranjem na manje proizvoda i manje tržišta. Postavljeni cilj bio je biti jedan od pet, a na policama u hipermarketima mogu biti tek tri marke juha... Ako želiš uspjeh, treba biti jedan od dva.

Da bi se u surovoj stvarnosti opstalo, potrebno je godišnje rasti barem 10 posto uz poboljšanje pokazatelja efikasnosti. Riječ koja kompanija u svijetu može dvocifreno godišnje rasti samo povećanjem volumena prodaje postojećeg asortimana, bez obzira koliko se proizvodi inovirali ili se pak proširivala pojedina marka proizvoda.

Preduvjet uspješnog rasta je stvaranje novih marki i ulazak na nova tržišta. Iskustva multinacionalnih kompanija pokazuju da se ponekad jednim udarcem mogu postići oba cilja. Spajanjem ili preuzimanjem nekog malog ili manjeg. Preuzimanjem pojedinih poduzeća može se istovremeno preuzeti pojedina dobra marka na nekom tržištu i doći do tog tržišta kako bi se kroz iste kanale prodavao i vlastiti asortiman. Zbog toga se vrlo često i događaju preuzimanja u kojima veliki postaju još veći, a mali nestaju ili postaju dijelom velikih.

Podravka mora ove godine, ali i slijedećih godina, ostvarivati, pored očekivanog profita, rast od najmanje deset posto kako bi se održala u krugu srednje velikih kompanija ove regije i očuvala svoju pregovaračku poziciju za moguća udruživanja ili preuzimanja.

U Podravki su se, ako pogledamo u prošlost, gotovo ciklički svakih desetak godina izmjenjivali razvojni ciklusi. Osim posljednjeg desetljeća koje je bilo desetljeće usitnjavanja posjeda.

Novo desetljeće i novi milenij trebalo bi biti vrijeme otpočinjanja novog razvojnog ciklusa Podravke u kojem će se okrupnjivati posjed. I veličinom i efikasnošću. Pritom je poželjno i potrebno koristiti sva raspoloživa sredstva. Od vlastitih kreativnih i razvojnih potencijala i kapaciteta do mogućnosti preuzimanja manjih, ali koji će omogućiti ili širenje tržišta ili marki. U ovom području ne vladaju emocije, nego brojke. Treba vidjeti kako će se postići bolji rezultati u kraćem vremenu uz manje ulaganje resursa.

Alternativa razvoju i rastu i nije neka - lako se postaje plijenom onima koji imaju razvoj i rast od najmanje deset posto.



Sudionici seminara



Naša tema: "Projekt Kamengrad" - za nove sadržaje na "PRC-u"

# Povijest, kultura i gastronomija ruku pod ruku

Piše: **Hrvoje Šlabek**  
Snimke: **Boris Fabijanec**

Podravskini restorani "Štagelj" i "Podravska klet" već su davno prerasli granice lokalnog jer su se svojom kvalitetom svrstali među sto najboljih u Hrvatskoj i probili se na kartu europske gastronomije. Ako se realizira projekt proširenja ponude "Podravkinog rekreacijskog centra" novim kulturno-povijesnim sadržajima, "projekt Kamengrad" koji su inicirali prof. **Dražen Ernečić** iz koprivničkog muzeja i povjesničarka umjetnosti **Draženka Jalsić-Ernečić** iz koprivničke galerije, tada će se "PRC" zasigurno naći i na obuhvatnijoj karti atraktivnih svjetskih turističkih odredišta.

Naime, u neposrednoj blizini PRC-a, na obližnjem brijegu, koji narod zove *Zakletim*, nalaze se šumom obrasli

ostaci drevne srednjovjekovne utvrde, nekadašnjeg kraljevskog, banskog i biskupskog Kamengrada. Arheološka iskapanja toga lokaliteta, koji je uočljiv svakom posjetitelju "Podravske kleti", zbog nedostatka novca prekinuta su 1984. godine, iako su nedvosmisleno potvrdila vrijednost toga nalaza. Nažalost, ta kulturno-povijesna baština - zbog nedostatka inicijative, novca i njuha za očuvanje kulturno-povijesne baštine - nije na doličan način restaurirana, a kamoli iskorištena kao potencijal za razvoj koprivničke turističke ponude. A kulturni turizam, u Hrvata tek u povojima, kao gospodarska kategorija razvijen je u zemljama koje skrbе o svojoj baštini ujedno ubirući pozamašne prihode. Dobro "jelo i pilo" jest jedan, ali ne i dovoljan argument za privlačenje modernih, "prosvijećenih" turista. Privući ih se mora kulturnim manifesta-

cijama, nudeći upoznavanje i razgledavanje kulturno-povijesnih spomenika i rekonstrukcijama starih običaja, a za potvrdu toga nije potrebno otputovati dalje od, recimo, Varaždina, u kojem se već godinama u lipnju održava desetodnevni program viteških turnira, srednjovjekovnih pučkih plesova, scenskih i glazbenih predstava, naravno uz popratnu gastronomsku ponudu.

Sličan koncept upravo nudi "projekt Kamengrad" - čiji bi nositelj u stručnom smislu bio gradski muzej, a u financijskom svakako Podravka, Grad, Županija te ministarstva turizma, kulture i gospodarstva, kao i međunarodne fundacije za očuvanje kulturno-povijesne baštine. Jest da bi za njegovu realizaciju bilo potrebno udružiti mnoge interese, jest da bi za njegovu realizaciju bilo potrebno dobrano odriješiti kesu, ali cijena koja bi se platila za konceptualno uobličjenje obogaćenja koprivničke turističke ponude vrlo brzo bi se višestruko oplodila.

**Prof. Dražen Ernečić, voditelj povijesnog odjela Muzeja grada Koprivnice:**

## Za pet godina Koprivnica uočljiva na turističkoj karti Europe?

- Izložbom "Srednjovjekovni Kamengrad 1330. - 1446.", koja je nedavno zatvorena u Muzeju grada Koprivnice, obilježena je 555. godišnjica uništenja te utvrde na rubu Koprivnice. No, izložba je organizirana i u jednom širem kontekstu, u sklopu prezentacije razvojnog



**Dražen Ernečić**

projekta proširenja koprivničke kulturne, gastronomske i turističke ponude. O čemu je riječ?

- Namjera ove izložbe jest inicirati budućnost tog srednjovjekovnog lokaliteta. Za to postoje sjajni preduvjeti: u podnožju Kamengrada nalaze se sjajni Podravskini restorani "Štagelj" i "Podravska klet", koji su već pronijeli gastronomsku slavu podravske kuhinje ne samo diljem Hrvatske, već i Europe i svijeta. Naime, Kamengrad bi mogao biti sadržajna dopuna Podravkinim restoranima na PRC-u. On danas jest valoriziran kao spomenik nacionalne kategorije, ali u svojoj suštini on povlači paralelu sa srednjovjekovljem južne Njemačke, Austrije i Mađarske te njega treba promatrati kao onodobni živi organizam europskog srednjovjekovlja. U tom smislu postoji sjajna šansa da Kamengrad sutra postane okosnicom jednog novog kompleksa koji bi nudio nove kulturno-povijesne sadržaje, i to 365 dana u godini. Spektar nove gastronomске, kulturne i turističke ponude zaista je širok: srednjovjekovni kulinarski festivali, streljački turniri, festivali

srednjovjekovne glazbe, turniri u sokolarstvu, dječji viteški turniri, baklade, šah sa živim figurama... To je danas i te kako uzelo maha u kulturno-povijesnim ponudama europskih zemalja koje na taj način štite tradiciju i svoju bogatu srednjoeuropsku baštinu.

- Tko bi imao interesa sudjelovati u ostvarenju tog projekta?

- Povijest valja izvući iz znanstvenih zbornika i prezentirati je na trgovima, utvrdama, tvrđavama, dvorcima; napraviti je na taj način pristupačnom, zanimljivom i privlačnom javnosti. U tom smislu naravno da samo stručnjaci ne mogu ostvariti jedan ovakav projekt, već je potrebna interdisciplinarna ekipa ne samo muzealaca, arheologa, jezičara itd., nego i ekonomista, menadžera i stručnjaka za turizam. Podravka je svojedobno prepoznala vrijednost toga lokaliteta, i zato je na njemu izgradila svoj "rekreacijski centar", pod dirigentskom palicom akademskog slikara Zlatka Kazuljara Ačaca. Dakle, suradnja s Podravkom, koja bi svakako trebala pronaći svoj marketinški interes, bitna je za realizaciju projekta proširenja sadržaja PRC-a.

- Bi li i lokalna zajednica, a zatim državne, pa i međunarodne, institucije trebale obratiti pozornost na ovaj projekt?

- Ovogodišnja 555. obljetnica rušenja Kamengrada zgodna je prilika da se skrene pozornost svih onih koji bi trebali sudjelovati u novoj valorizaciji te srednjovjekovne utvrde. Namjeravamo upoznati hrvatsko Ministarstvo kulture s našim projektom, a obavili smo i razgovore s Ministarstvom za europske integracije kako bismo njegovim posredstvom ušli u sekciju za kulturnu baštinu pri Europskoj uniji kao jedan od projekata koji bi oni financirali. Moram dodati da Vlada Republike Hrvatske, odnosno ministarstva turizma i kulture, upravo radi na projektima razvoja kulturnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, a projekt obnove Kamengrada nalazi se u toj sferi.

- U kojem bi se roku ovaj projekt mogao realizirati?

- Bilo bi realno da projekt krene u realizaciju na proljeće iduće godine, kad bi se za to stekli svi preduvjeti. Moja je procjena da bi se, na temelju svih arheoloških, povijesnih, arhivskih i drugih istraživanja, rekonstrukcija srednjovjekovne utvrde Kamengrad uobličila u kompletne kulturno-povijesne i turističke ponude moglo dovršiti u roku od pet godina.



Pogled s terena Podravkinog rekreacijskog centra na Zakleti breg - dio budućeg kulturno-povijesnog i turističkog kompleksa?

## naša posla

# Pilot-projekt donosi Koprivnici desetak milijuna dolara

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



Zacijelo nema "Podravkaša" i svakog drugog građanina koji nije iznenađen a i pomalo uznemiren spoznajom da se u Koprivničko-križevačkoj županiji odvija pilot-projekt reforme zdravstva. Riječ je o vrlo složenom i dalekosežnom zahvatu, potpomognutom od strane Svjetske banke, čiji bi se pozitivni rezultati idućih godina prenosili na sve zdravstvene ustanove i službe u Hrvatskoj. Koprivnica ima tu privilegiju, ili prokletstvo, ovisno o kutu gledanja, da iznjedri reformski model koji će bolesnicima pružiti kvalitetniju zdravstvenu skrb. A do njega nije lako doći.

Prof. Bruno Gomes, izvršni direktor pilot-programa, koji rukovodi stručnim timom londonske konzultantske kuće "BIS Healthcare Group", nedavno je objasnio da se pred njih postavlja iznimno visoki i naizgled kontroverzni zadatak. Svjetska bi banka, s jedne strane, htjela da zdravstveni

ni sustav u Hrvatskoj daleko bolje i suvremenije funkcionira, ovdašnje Ministarstvo zdravstva, s druge, da to dovede do smanjenja ukupnih troškova, a zaposlenici, s treće, da dobiju veće plaće i da nitko ne izgubi posao. Kad bi konzultantskom timu to u potpunosti uspjelo, bili bi pravi čarobnjaci.

Indikativno je, međutim, da je prof. Gomes kao iskusni zdravstveni ekonomist uvjeren kako je u osnovi moguće uskladiti većinu tih ciljeva. Prije svega, činjenica je da je sadašnji model financiranja hrvatskog zdravstva, na koji građani ionako imaju brojne primjedbe, iznimno skup za zemlju koja je suočena s teškim gospodarskim i socijalnim problemima. No, ako bi se zdravstvo preustrojilo po zapadnim standardima, što je i smisao pilot-projekta, to bi doista dovelo do smanjenja troškova, a samim tim otvorila bi se i mogućnost da zaposlenici

budu i bolje plaćeni. Izvjesno je, isto tako, da ogromna većina onih koji će prihvatiti te izazove neće završiti na burzi.

Koprivnički, križevački i durđevački medicinari su pomiješani osjećaja ušli u taj projekt. Nekima, naime, nije jasno zašto je Ministarstvo zdravstva uzelo upravo županiju koja je po statističkim pokazateljima, od iskorištenosti bolničkih kapaciteta pa do ponajmanje stope bolovanja po stanovniku, vodeća u Hrvatskoj. Zašto za 18-mjesečni "hod po trnju" nije uzeta neka od najlošijih? Odgovor je razumljiv: pilot-projekt u srednjem zdravstvenom okružju ima daleko veće šanse za uspjeh! Sve su glasnjiji i oni koji su svjesni da će reformama biti narušeni njihovi osobni interesi, a toga se najteže odredi.

Koprivnica će, međutim, pilot-programom dobiti doista mnogo. Prema trenutnim procjenama, koje će biti

upućene na usvajanje i Ministarstvu zdravstva i Svjetskoj banci, za građevinske radove u koprivničkoj bolnici i objektima primarne zaštite bit će utrošeno oko 3,75 milijuna dolara. Nova medicinska aparatura i vozni park hitne službe stajat će minimalno 2,87 milijuna dolara, dok će za komputorizaciju biti iskorišteno između 1,25 i 2,25 milijuna dolara. Dodaju li se tome troškovi konzaltinga i upućivanja znatnog broja liječnika, sestara i tehničara na stručna usavršavanja u australski Sydney, izvjesno je da će u Koprivničko-križevačku županiju biti investirano barem deset milijuna dolara, a dokumentirat će se i potreba za dodatna dva-tri milijuna. Bez pilot-projekta bilo bi to potpuno nezamislivo. Riječ je o najvećem proračunskom ulaganju u Podravinu i Prigorje od osamostaljenja.

Uz novi izgled bolnice i sofisticiranu opremu, promijenit će se cjelo-

kupni zdravstveni model. Bolesnik, tvrdi Gomesov tim, treba biti u prvome planu. Zato bi sve potrebne preglede, kako u primarnoj zaštiti, tako i kod specijalista, obavljao na jednom mjestu, a papiri i laboratorijski uzorci su ti koji bi "šetali". Bolnica će, pak, biti organizirana po principu dnevne kirurgije, čiji je smisao u tome da pacijent dobije vrhunsku uslugu, ali da ne bude ni trenutka duže u bolnici, ili barem u tim urgentnim i iznimno skupim krevetima, nego što je to nužno. Umjesto da ostaje u bolnici 8-10 dana, što je sadašnji prosjek, pacijent će tu ležati upola kraće. Takva je praksa i u razvijenom svijetu, gdje se ne dozvoljava da se bolnice pretvaraju u "hotelske servise". Jasnno, za nedovoljno oporavljene, kao i kronične bolesnike, bit će na raspolaganju dovoljan broj "B" kreveta, gdje je manja zdravstvena skrb, ali i daleko manji troškovi.



## Reportaža iz Poljske

## Tisuće srca u jedan glas

Tekst i snimke: **Jadranka Lakuš**

U rujnu 1992. godine u Varšavi je započelo radom predstavništvo Podravke za Poljsku, a svega nakon godinu dana osnovana je vlastita tvrtka. Osnovni cilj bio je bolja kontrola kanala distribucije s obzirom na svojevrsni nered koji je vladao u cjenovnoj politici partnera. Poslovne aktivnosti u Poljskoj započeli su **Marijan Janković i Davor Gojković**, a danas u dvije tvrtke - Podravka International Varšava i Podravka Polska radi 300 ljudi. Od toga osmero su Hrvati (četiri u Varšavi, a četiri u tvornici u Kostrzynu). Do registracije dvije tvrtke došlo je zbog poljskih propisa o slobodnoj ekonomskoj zoni u kojoj je izgrađena tvornica koja je oslobođena poreza na dobit u 10 godina, s tim da nakon isteka tog roka sve do 2017. godine može koristiti 50 postotnu poreznu olakšicu. Propisi su specifični i zato Podravka mora imati dvije tvrtke tako da je odvojena proizvodnja od prodaje i marketinga.

Najveći problem s kojim se Podravka susreće na poljskom tržištu, a on je posebno izražen u posljednjih pet godina je prava poplava plagijata i kopija Vegete. Vrlo uporno i s puno nižim cijenama - čak dvostruko jeftinije od originala - brojni konkurenti nastojali su osvojiti dio tržišta. Nažalost, djelomice su u tome uspjeli i umjesto 70 posto tržišta univerzalnih dodataka jelima koje je držala Vegeta danas imamo 50 posto udjela. Čak 17 direktnih konkurenata trenutno plasira proizvode koji su slični Vegeti ili je kopiraju.

- *Snizavanje cijena Vegete na razinu konkurencije dovelo bi posve u pitanje rezultate poslovanja u Poljskoj. Stoga smo se opredijelili da zadržimo višu cijenu od konkurencije, a da imidž Vegete gradimo na visokoj kvaliteti i tradiciji korištenja. U tom smjeru pokrenuli smo marketinške aktivnosti. Pri tome smo vodili računa i o činjenici da je ime Podravka u Poljskoj gotovo nepoznato i da potrošači Vegetu ne povezuju s Podravkom. Odabrali smo specifične aktivnosti kako bismo Poljaciima bolje objasnili što je to Podravka i kako bi se oni na prodajnim mjestima lakše odlučili za kupnju proizvoda s našim imenom. Konkretno radimo reklamnu kampanju koja povezuje ime Podravke s Vegetom, a koja osim TV poruka predviđa i zanimljiva događanja u 28 gradova širom zemlje. Više od 200 ljudi sudjeluje u pripremi i realizaciji priredaba koje svojim raznovrsnim sadržajima privlače veliku pažnju stanovnika. Uključena je kompletna prodajna operativna koja ima zadatak uređenja svih prodajnih mjesta u krugu od 30 kilometara od grada u kojem se održava akcija, zatim marketing tim, sedamdesetak ljudi bavi se tehničkim poslovnima od postavljanja scene do realizacije programa. Priredbe su namijenjene cijelim obiteljima pa tako ima zabavnih sadržaja za djecu, za mlade, za njihove roditelje. Traju po šest sati, a završavaju laserskim šouom i vatrometom, nakon kojeg na posjetitelje vrlo je efektan pada Vegeta. U programu nastupaju najpoznatiji poljski pjevači i glazbenici, madioničari i pantomimičari a za posjetitelje se organiziraju nagradne igre u kojima se promoviraju Podravkini proizvodi. Glavna nagrada je put za dvije osobe u Hrvatsku, te se na velikim ekranima pokazuje Jadranko s mekim i ljepote naše zemlje pa tako posjetitelji shvaćaju otkuda mi dolazimo i što radimo. Priredbe imaju i humanitarni karakter jer se povezujemo s najpoznatijim poljskim tjednikom za žene "Pryjaczolka" koji je osnovao vlastitu fondaciju za djecu. Tu fondaciju i mi podupiremo iz marketinškog budžeta, a na svim vrećicama Vegete i svim proizvodima Podravke danas se nalazi naljepnica koja svjedoči o tome. To je značajno budući da se ljudi lakše odlučuju na kupnju naših proizvoda nego konkurentskih jer smatraju da time podupiru i humanitarnu akciju što*



Davor Gojković

je u Poljskoj veliki trend - rekao nam je Davor Gojković.

Podravkina akcija jedinstvena je u Poljskoj i nitko do sada nije organizirao slična događanja. Ona je veliko iznenađenje za konkurenciju koja će vjerojatno slijedeće godine pokušati slijediti projekt kojeg je Podravka osmislila i kojeg sjajno realizira. To potvrđuju i prve reakcije glavnog domaćeg konkurenta firme "Kuharek" koja je na svoje proizvode nedavno stavila markicu Crvenog križa. Događanja izuzetno dobro prihvaćaju lokalne vlasti čiji predstavnici na otvaranju priredaba otvoreno govore posjetiteljima da je Podravka prva inozemna tvrtka koja je u njihovom zemlju ušla sa srcem i koja više komunicira s emocijama nego s kapitalom. Primjerice, u gradu Swidnica koji broji 100.000 stanovnika, na priredbi koja je po novinarskim procjenama okupila više od 15.000 posjetitelja, bez ikakvog prethodnog dogovora gradonačelnik je zatražio da usred programa preda cvijeće i zahvalu Podravki, izražavajući zadovoljstvo što je upravo njihovo mjesto izabrano za jednu takvu sjajnu manifestaciju. Dobro je prate i mediji, posebice oni lokalni koji izrazito pozitivno pišu o priredbama, a tjednik "Pryjaczolka" donijet će u pet brojeva reportaže o događanjima koja nose zajedničko ime **"Tisuće srca u jedan glas"**.

Naravno najzanimljivije su reakcije potrošača. Dan nakon priredbi oni doslovce isprazne police s Podravkinim proizvodima, pa je financijska realizacija u travnju ove godine prilično povećana u odnosu na isti lanijski mjesec, a Vegeta bilježi rast prodaje od 10 posto. - *Posjetitelji priredaba vrlo su zadovoljni i mi procjenjujemo da ovakvim direktnim načinom komunikacije postižemo puno više nego klasičnom televizijskom reklamom. TV program prepun je propagandnih poruka i različitih informacija i potreban je ogroman kapital da bi TV reklama dala prave efekte. Ovakva događanja je puno teže napraviti, ali smo uvjereni da će oni dati dugoročne efekte prije svega zato što na njih dolazi puno mladih koji se već sada počinju vezati za Podravku. Oni će*

## Pad kupovne moći u Poljskoj

Trendovi na poljskom tržištu u posljednje vrijeme ne idu na ruku proizvođačima pa tako ni Podravki. Nezaposlenost je dosegla stopu od 16 posto, a godišnja inflacija je 9 posto. Iako je prosječna bruto plaća u industriji 1000 DEM (2000 zlotā) mnogi radnici zarađuju svega 300 - 400 maraka mjesečno. Osim velikih razlika po granama - najbolje plaće su u farmaceutici - prisutne su i teritorijalne disproporcije, pa tako zaposleni u Varšavi zarađuju više nego u malim gradovima širom zemlje. Kao i u Hrvatskoj, najteže žive umirovljenici (osim rudara koji su se izborili za znatno veće mirovine), poljoprivrednici i nezaposleni. O padu kupovne moći najbolje svjedoči podatak da je prodaja automobila u ovoj godini čak 30 posto niža nego u prošloj.

naše proizvode početi gledati sa simpatijom i nakon nekoliko godina kad osnuju obitelj bit će naši potrošači. Vjerujem da s ovakvim programima u kojima smo začetnici možemo stvoriti tradiciju i tako uz Vegetu napraviti i drugi jaki oslonac na poljskom tržištu a to su proizvodi pod markom Podravka. Tim više što je sada i naša prodajna operativna izrazito motivirana, što je između marketinga i prodaje postignuto veliko zajedništvo i što je atmosfera u cijeloj firmi trenutno jako dobra. Stoga i nije nerealno očekivanje da ćemo ovogodišnji vrlo ambiciozni količinski plan koji predviđa 24 postotno povećanje u odnosu na prošlu godinu i ostvariti - ističe Davor Gojković.

## Rast prodaje Vegete

Daleko najveće učešće u ukupnoj prodaji Podravkinih proizvoda u Poljskoj ima Vegeta. Nju se može naći na više od 100.000 prodajnih mjesta - indeks distribucije je 99 posto, a lojalnost potrošača je izrazito visoka. Drugi proizvod po veličini prodaje je Garnello - B, marka uvedena da bi se borili protiv konkurencije. To je dodatak jelima u ambalaži plave boje se prodaje po nižoj cijeni i tako omogućava osvajanje konkurentskog tržišta, jednako kao i Garnello - mokri program (kečap, koncentrat rajčice, senfovi). Time se na neki način štite bokovi Vegeti, a kupcima koji nemaju novaca za nju omogućava da ipak kupe Podravkin proizvod.

Svojevrsno iznenađenje predstavlja sve veća potražnja za ajvarom, koji kako smo saznali od direktora Podravke Internationala Marijana Jankovića bilježi veliki rast prodaje i kojeg sve više Poljaka doživljava kao izvorni hrvatski proizvod. Velike šanse imaju i mono začini koji su vrlo profitabilni i na tržištu postoji samo jedan ozbiljniji konkurent pa u Kostrzynu počinje proizvodnja naprije sedam vrsta začina pod markom Podravka, a uskoro i više. To će omogućiti da se kapaciteti nove Tvornice juha i praškastih proizvoda koji se sada koriste sa 70 posto kapaciteta popune i do 90 posto, a kad se tome pridoda proizvodnja tzv privatnih maraka za trgovačke lance iskoristivost će biti potpuna.

Ostali proizvodi pod markom Podravka praktički gube utrk u konkurencijom, posebice s liderima - a to su Winiary kojeg, iako je u vlasništvu Nestlea, svi doživljavaju kao domaću kompaniju, i Knorr koji kao internacionalna tvrtka raspolaže ogromnim kapitalom za propagandu. Podravka nema novaca za frontalnu borbu s njima, a propaganda u zemlji od gotovo 40 milijuna stanovnika je izrazito važna. Posebice stoga što se još uvijek 50 posto prodaje odvija u malim i srednjim dućanima koje se opskrbljuju u veleprodajama koje naručuju upravo proizvode s najjačom propagandom.

Osim prodaje proizvoda koji donose dobit, strateško opredjeljenje Podravke u Poljskoj je i distribucija artikala s markom drugih proizvođača, pa se u suradnji s Ajinomotom distribuiraju kineske instant juhe "Yum, yum", a s "Barillom" poznata talijanska tjestenina. Moguće je da se u distribuciju uvedu i neki drugi proizvodi jer to snižava Podravkine troškove i doprinosi pozitivnijim rezultatima poslovanja.



Marijan Janković



Podravkine priredbe osvajaju pažnju i srca Poljaka

## Susret: Robert Ilasz, direktor marketinga u Podravka Polska

## Podravka u kuhinje unosi sunčani sjaj juga

Promociji imena Podravka u Poljskoj neosporno je pridonijelo prošlogodišnje otvaranje Tvornice juha i praškastih proizvoda u Kostrzynu, posebice uloga predsjednika Aleksandra Kwasniewskog u svečanom činu. Poljaci su počeli Podravku gledati drugačijim očima, što je vidljivo i u medijima i većoj otvorenosti institucija i predstavnika lokalnih vlasti, u lakšim kontaktima s poslovnim partnerima a bome i u odnosu konkurencije koja je u Podravki prepoznala tvrtku na čije širenje treba računati. Dobivena je time zapravo velika šansa za veće zahvaćanje tržišnog kolača što nitko od Podravkaša u Poljskoj ne želi propustiti. Vrlo ozbiljno pristupilo se različitim aktivnostima, a jedno od njih je i kadrovsko ekipiranje. Procjena rukovodstva bila je da je u marketingu neophodan dinamični stručnjak, brz u odlučivanju, koji strateški promišlja budućnost kompanije i koji ima dovoljno iskustva za hvatanje u koštac s nemilosrdnom konkurencijom. Rješenje je pronađeno u zapošljavanju **Roberta Ilasza**, mladog čovjeka s vrlo zanimljivim životopisom. Rođen je i odrastao u francuskoj pokrajini Šampanji, u obitelji koja potječe iz Poljske. U Francuskoj je završio ekonomski fakultet, smjer marketing, a zatim radio kao trgovački predstavnik za poznatog proizvođača čarapa Olimpja, te kao regionalni menadžer tvrtke Coca Cola. Željan profesionalnih izazova 1993. godine došao je u Poljsku i radio kao specijalist za promocije u nekoliko poznatih agencija. U jednoj od njih susreo se s Podravkom za koju je također radio neke projekte, da bi u prosincu prošle godine prihvatio ponudu Davora Gojkovića za mjesto direktora marketinga u Podravka Polska.

- *Želim napredak u karijeri koji se temelji isključivo na postignutim rezultatima i zato sam došao u Podravku. Tu sam zatekao određene marketing planove, između ostalog već je postojala ideja o promociji Podravke kroz događanja na lokalnom nivou, ali se s pripremanja pomalo kasnilo. Moja dosadašnja praksa je da marketing plan za slijedeću godinu mora biti dovršen do srpnja tekuće godine. Ipak, krenuli smo u projekt kojeg smo nazvali "Tisuće srca u jedan glas" jer je neophodno da izgradimo povezanost marki Vegeta i Podravka kako bismo svi znali da je upravo Podravka proizvođač popularnog dodatka jelima. Uz to bitno je povećati poznatost marke Podravka i postići bolju vidljivost i placiranost naših proizvoda u trgovinama. Uvjeran sam da je direktna komunikacija s potrošačima, naše poruke koje su usmjerene srcu, a ne razumu i stvaranje posebne atmosfere zadovoljstva dobar način za osvajanje tržišta. Osim što smo jedinstveni u Poljskoj po ovom načinu promocije, razliku od konkurencije podvlačimo i osnovnom porukom. Ona je vrlo jednostavna. U TV porukama i na priredbama otkrivamo tajnu Vegete, a to je da ona dolazi*



Robert Ilasz

s juga koji je u Poljskoj sinonim za zdravo povrće i zdravu hranu. Najpopularniji kuhar u Poljskoj u TV spotu objašnjava da Vegeta i Podravka u kuhinje unose sunčani sjaj juga, a ta topla poruka provlači se i kroz priredbe koje organiziramo u gradovima širom Poljske. Povezivanje Podravke i juga koje sam predložio zapravo je najveća prednost pred konkurentima koja imaju jače pozicije na domaćem tržištu. Podvlačenje te pozitivne razlike je značajno jer ljudi sve više vode računa o zdravlju i pravilnoj prehrani, to nije modni hit nego dugoročiji trend u kojem Hrvatska kao mediteranska zemlja, a time i Podravka imaju veliku šansu. Mi kupcima ne nudimo apstrakciju i lažnu reklamu, nego doista jedini u Poljskoj donosimo proizvode čiji su sastojci rasli na toplom južnom suncu - naglašava Robert Ilasz.

Za ovog mladog marketing stručnjaka izuzetno je važna i atmosfera koja vlada u kompaniji. Zadovoljan je što gradi ambiciozan tim ljudi koji vjeruje u potencijal Podravke i koji svojim nastupom i razmišljanjima osvaja poslovne partnere.

- *U Podravki je mnogo bolja atmosfera nego u konkurentskim tvrtkama u kojima su ljudi samo brojevi. Motivirani smo za postizanje dobrih rezultata, što praktički znači da nam je osim s Vegetom cilj napraviti i dobar biznis s proizvodima koji nose marku Podravka. Posve je jasno da je nemoguće dobro živjeti samo s jednim proizvodom i sve činimo da istu lojalnost kakvu potrošači imaju prema Vegeti izgradimo i prema Podravki - rekao nam je Robert.*

Zabilježili smo i njegove tople riječi o Koprivnici koja ga podsjeća na gradove u rodnoj Francuskoj, oduševljenost s Podravkinim rekreacijskim centrom i izvrsnim jelima i vinima koja je kušao u "Štaglju", te veliku želju da ovogodišnji ljetni odmor sa suprugom i petogodišnjom kćerkom provede negdje na Jadranskom moru. Još i sada zvone u ušima njegove riječi: - *Hrvatska je prekrasna i ja ne znam nikoga tko ne bi volio tu zemlju.*



**Zabilježeno u Općim poslovima**

## Dizanje kvalitete servisa na višu razinu uz smanjenje troškova

Opći poslovi su, kao što i sam naziv govori, skup poslova (servisa) koji omogućavaju nesmetan i kvalitetan rad Podravke u cjelini u obavljanju njezine osnovne djelatnosti.

- Široka lepeza heterogenih servisa funkcionira prema zadacima koje je postavio menadžment, a osnovno je dizanje kvalitete servisa na višu razinu uz sniženje troškova - kazao nam je direktor Općih poslova dipl. inž. **Nevven Magdić**.

Dosadašnji pokazatelji ukazuju da je moguće ostvariti te ciljeve, a tome u prilog govore i dobri rezultati u protekla četiri mjeseca. Međutim, u tijeku je i niz aktivnosti koje će još više poboljšati poslovanje ovog sektora.

- Budući da je sniženje troškova temeljni cilj u našem poslovanju, ukoliko ćemo se osvrnuti na ono što je dosad učinjeno - nastavio je Magdić. Vlastitim radom i minimalnim sredstvima uređena je beletristička knjižnica. Obavljena je inventarizacija knjiga, riješeno je vlasništvo za dio knjiga s Gradskom knjižnicom "Fran Galović". Kupljeno je novih šezdesetak naslova, a u tijeku je nabava kompjutera kojim će se voditi kompletno poslovanje knjižnice. Osim toga, što je novina, svakog petka u krug naše tvornice dolazi i bibliobus. Na taj način radnicima je ponuđen još širi izbor knjiga. Pojačan je ritam izložbi i općenito kulturnih događanja s ciljem promocije koncerna.

Pomoćnik direktora Općih poslova **Stjepan Križan** informirao nas je i o ostalim aktivnostima ovog sektora. Uz ostalo u Podravki se intenzivirala prigodna prodaja različitih proizvoda, sve u želji da se ublaži težak socijalni položaj zaposlenika.

- U tu svrhu - kaže Križan - poduzete

su mjere za osiguranje adekvatnog skladišnog prostora, koji je do sada bio u trošnoj drvenoj baraci. Riješili smo status za petoricu radnika koji su raspoređeni u druge cjeline, dok smo na održavanju zelenih površina uspjeli smanjiti broj zaposlenih s dvanaest na osam. Obavljeno je detaljno čišćenje kruga u Starčevićevoj ulici, a pri tome su definirana i označena mjesta za ispravne i neispravne palete, kao i mjesta za odlaganje bačvi s pulpom.

U Općim poslovima su nam također naglasili kako je u izradi studija s opisom poslovnih procesa temeljem koje će se utvrditi stvarni troškovi pojedinih servisa, a u vezi s tim donijeta je i odluka o eventualnom korištenju vanjskih servisa. Nadalje, sklopljen je ugovor sa zagrebačkim hotelom "Sheraton" o korištenju njihovih usluga, uz povoljne uvjete (niže cijene).

- Osim toga, izvršen je odabir povoljnijeg (jeftinijeg) dobavljača svježeg cvijeca za potrebe firme, dok su u tijeku aktivnosti koje trebaju pridonijeti smanjenju troškova umnožavanja, fotokopiranja i otpreme pošte. Pokrenuta je akcija zamjene dotrajalih, a time i skupih za održavanje automobila (koji služe za obavljanje svakodnevnih radnih zadataka). Izvršena je lokacija terećenja telefonskih troškova, a zbog učestalih otuđenja službenih automobila iskazala se potreba ugradnje svrsishodnih uređaja - kazao je Magdić i dodao:

- Za još kvalitetniji rad servisa, kao i zadovoljavanje zakonskih propisa, za potrebe službe dezinfekcije dezinfekcije i deratizacije bilo je neophodno zakupiti i urediti prostorije u bivšoj pivovari. Kod toga je potrebno naglasiti da je uređenje učinjeno najvećim dije-

lom vlastitim radom, s time da je zadovoljen Zakon o otrovima i Pravilnik o uvjetima kojima moraju udovoljavati pravne i fizičke osobe koje obavljaju DDD kao mjeru za sprečavanje i suzbijanje zaraznih bolesti.

U Općim poslovima smo saznali da je za potrebe rada članova Uprave u Zagrebu potpuno uređen (adaptiran) prostor na Mažuranićevom trgu, te da je pored građevinske sanacije obavljena i zamjena dotrajalih instalacija.

- Osim toga - pripomenuo je Križan - ispred toga ureda obilježena su parkirališta, a organizirano je i čišćenje i sve ostalo potrebno za svakodnevno funkcioniranje. Posebna briga ovog odjela su hrvatski branitelji. Tako je u suradnji s predsjednikom naše Udruge pokrenut projekt organizacije medicinsko - programiranog aktivnog odmora koji bi trebao pružiti rehabilitaciju branitelja te njihovo lakše uključivanje u normalni život. U tijeku su pregovori s Hrvatskim telekomunikacijama o korištenju silosa za telekomunikacijski odašiljač, pri čemu bi Podravka imala određene (financijske) beneficije.

Saznali smo također da se već uveliko radi na projektu instalacije sustava kontrole pristupa i registracije radnog vremena za što je već i imenovana ekipa za implementaciju.

Osim toga, treba istaci da se i u Službi zaštite od požara obavljaju pripreme za novi organizacijski ustroj prema kojem će se uz zadovoljenje zakonskih propisa i uz isti broj zaposlenika obavljati poslovi zaštite od požara, te da je u tijeku izrada studije (koju su dužni izraditi prema Zakonu o zaštiti od požara) o hidrantskoj mreži i vatrodonojnom sustavu.

**MI. Pavković**

### Farmaceuti zagrebačkih Gradskih ljekarni posjetili su 11. svibnja Belupu

## Potrebna je bolja suradnja Gradskih ljekarni i Belupa

Već pomalo tradicionalno Belupu za svoje poslovne partnere organizira posjete Koprivnici i Podravini. Tako je prošlog petka Belupu posjetilo 40-ak farmaceuta iz zagrebačke Gradske ljekarne koja u hrvatskom glavnom gradu ima oko 170 ljekarni. Dobrodošlicu zagrebačkim gostima poželjeli su direktor prodaje Belupa Vladimir Martinaga i direktorica bezreceptnih proizvoda Nevenka Kovač. Farmaceuti Gradskih ljekarni imali su prigode razgledati novu tvornicu lijekova Belupa te se upoznati s najmodernijom farmaceutskom tehnologijom. Tijekom druženja analizirani su dosadašnji poslovni rezultati te je zaključeno kako je potrebna bolja povezanost Gradskih ljekarni i Belupa. Naime, zagrebačke Gradske ljekarne imaju velik prodajni potencijal, ali u tom potencijalu premalo su zastupljeni Belupovi lijekovi i preparati. "Zbog toga, učinit će se dodatni edukativno-marketingški potezi kako bi se farmaceuti Gradskih ljekarni bolje i detaljnije upoznali s velikom paletom proizvoda i lijekova Belupa." - naglasio je, među ostalim, Vladimir Martinaga. Tijekom boravka u Podravini gosti iz Zagreba posjetili su i Galeriju naivne umjetnosti u Hlebinama.

**IB. F.**



Farmaceuti iz Zagreba upoznali se s Belupom i njegovim proizvodima

### U Podravkinom Vatrogasnom centru

## Predstavljena nova vatrogasna oprema

U povodu Mjeseca zaštite od požara Podravkini vatrogasci organizirali su 16. svibnja izložbu vatrogasne opreme koju za hrvatsko tržište prodaje sisacka tvrtka Tehnoservis. Uz domaće proizvođače prezentirana je i zaštitna oprema za vatrogasce inozemnih proizvođača. Tu se zaista moglo naći svega, od dojavljivača požara, zaštitnih kaciga i maski, aparata za gašenje požara, agregata, raznih cijevi i šmrkova za vođu do zaštitnih odijela i posebnih protupožarnih odijela. Također, predstavnici Tehnoservisa demonstrirali su kako se služi određenom zaštitnom vatrogasnom opremom.

**IB. F.**



### In memoriam

## Ivan Kos

(1955-2001)

Izenadena, u 46 godini života, zauvijek nas je napustio Ivan Kos. Na radno mjesto u ponedjeljak ujutro jedino Ivo nije došao. U očima kolega izraz nevjerice - pa nije mu se valjda nešto dogodilo?

Ivan je došao u mesnu industriju "Danica" 1977. godine, kao mladi kvalificirani mesar. Bio je vrijedan, dobar, pošten radnik, vrlo omiljen među svojim kolegama, prijateljima, vedrog duha.

Cijenio je i volio svoju obitelj, suprugu Željku, kćerku Ivu i sina Marina. No, sudbina je okrutno umiješala svoje prste - nagla smrt nije dozvolila da Ivan u svom kolektivnu završi radni vijek. Otišao je prerano, u godinama kada je imao još puno planova za sebe i svoje najmilije.

Njegov dragi lik čovjeka, radnika i prijatelja ostat će u trajnom sjećanju onima koji su ga poznavali, voljeli i poštovali.

**Nada Matijaško**

### Foto - bilješka

## Rekordni "Daničin" jeger

Da je "Daničin" jeger najbolji na svijetu posvjedočit će brojni ljubitelji ovog popularnog proizvoda, a da je onedavno i u konkurenciji za najdulji kobasičarski proizvod ove vrste nedavno su se uvjerili brojni Koprivničanci. Na središnjem gradskom trgu u nedjelju je predstavljen jeger duljine 30 metara - zbog čega je morao biti dopremljen namotan na posebnim dostavnim kolicima. Vrsni majstori "Danice" malo su se pomučili izradom tako dugog jegera pa je šteta što nije prijavljen za Guinnessovu knjigu rekorda. No bio ili ne bio službeni svjetski rekorder - "Daničin" jeger pojeden je u rekordnom roku.



### Suradnja Podravke s fakultetima

## Polaznici poslijediplomskog studija etnologije u Muzeju prehrane

Za polaznike prve godine poslijediplomskog studija etnologije Filozofskog fakulteta u Zagrebu, dr. Nives Ritig-Beljak održala je 12. svibnja nastavu iz kolegija "Teorijski pristup prehrani" u prostoru Podravkinog Odjela za edukacije i prezentacije. Nakon izlaganja Janje Juzbašić, etnologinje iz Zavičajnog muzeja u Županji, polaznici poslijediplomskog studija razgledali su Podravkin Muzej prehrane, jedini takve vrste u Hrvatskoj, te se upoznali s djelatnostima Odjela za edukacije i prezentacije i Umjetničke radionice. Spremnost Podravke na suradnju s institucijama iz područja obrazovanja i znanosti potvrdila se tako i ovom prigodom.

Gradski muzej mađarskog grada Mohača

## Izložba Pavkovićevih fotografija o stradanju Vukovara

U prostorijama Gradskog muzeja u mađarskom gradu Mohaču prošlog je tjedna u prisutnosti velikog broja posjetitelja i generalnog konzula Republike Hrvatske u Pečuhu prof. dr. Zvonimira Marića otvorena samostalna izložba fotografija Mladena Pavkovića pod nazivom "Sveto ime Vukovar". Izložbu je otvorio gradonačelnik ovoga grada Szeko Jozsef, a još su govorili ravnatelj muzeja Ferkov Jakap i Natalija Županić, predstavnica "Podravke" tvornice "Vegete" u ovome gradu, koji su bili i organizatori ove izložbe.

Pavković je izložio šezdesetak fotografija ovoga grada - heroja, a uskoro će ova izložba biti prenesena i u neke druge mađarske izložbene prostore.

U glazbenom dijelu programa nastupio je Puhački orkestar Mohača.



5 otvorenja još jedne uspjele izložbe fotografija o patnjama grada - heroja Vukovara

Portret slikara: Josip Gregurić

## Tri obljetničarske izložbe

Piše: Hrvoje Šlabek

Ova je godina višestruko jubilara za poznatog podravskog slikara **Josipa Gregurića**; u pedesetogodišnji svoga života obilježiti će trideset pet godina likovnog stvaranja i tridesetu godišnjicu izlaganja. Rođeni Molvarac, Gregurić je "proslicao" još u osnovnoj školi, a prvi put izlaze 1971. godine u Đurđevcu. U trideset idućih godina izlazio je na tridesetak samostalnih izložbi u Hrvatskoj, Austriji, Njemačkoj i Italiji te na više od 300 skupnih izložaba diljem Hrvatske i Europe. Osim toga, sudjelovao je i na više od trideset likovnih

kolonija koje su održavane u humanitarne svrhe, za prikupljanje pomoći djeci ili hrvatskim braniteljima. O njemu su pisali poznati likovni kritičari i povjesničari umjetnosti poput Vladimira Malekovića, Jurja Baldanija, Josipa Depola, Božice Jelušić, Marijana Špoljara, Oke Ričko i drugi, a reprodukcije njegovih djela nalaze se u mnogim edicijama o slikarstvu naivne, među kojima i u "Čudu hrvatske naive".

Svoju tridesetpetogodišnju slikarsku i tridesetgodišnju izlagačku biografiju Josip će Gregurić obilježiti trima izložbama djela iz svog bogatog opusa. Prva od njih bit će i prva njegova izložba u rodnom Molvama, ove subote (19. svib-

nja u 20 sati) u Galeriji molvarskog likovnog kruga, kojem Gregurić pripada. Na njoj će izložiti četrdeset ulja na staklu kao presjek proteklog rada, a istoga dana održat će se i promocija Gregurićevih internetskih stranica, koje već sada možete vidjeti na adresi [www.molve.com/greguric](http://www.molve.com/greguric).

Druga izložba iz obljetničarskog ciklusa održat će se koncem lipnja u Đurđevcu, mjestu prvog Gregurićevog izlaganja, na otvorenju "Picokijade". Treću izložbu priredit će u listopadu u "Podravki", tvrtki u kojoj godinama radi i s kojom ga mnogo toga veže. Osim što je voditelj Podravkinog Studija za dizajn, Gregurić je svoj slikarski talent ponudio Podravci za uobličene ambalaže nekih njenih proizvoda, tako da su reprodukcije dijelova njegovih slika osvanule na juhama, džemovima, "Daničnim" paštetama i još nekim proizvodima.

Član udruge "Molvarski likovni krug", likovne sekcije "Podravka 72" te Udruge naivnih likovnih umjetnika Hrvatske, Josip Gregurić ovako govori o svojim likovnim uzorima: - Potječem iz Molvi i naravno da je na mene jako utjecao Mijo Kovačić, ali učeći od njega nisam ga želio kopirati, već sam stvarao svoj slikarski rukopis. Vjerujem da sam ga i stvorio i da su moje slike prepoznatljive. Iz povijesti slikarstva veoma volim stare majstore, što je sigurno utjecalo i na to da smeda boja dominira na mojim slikama.

Dodaje kako trima izložbama koje će održati ove godine, u Molvama, Đurđevcu i Koprivnici, i kojima će obilježiti svoje jubileje želi zaokružiti dosad prijedni slikarski put, a zatim se posvetiti novom radu. Za Josipa Gregurića svaka slika još uvijek je i novi izazov.



Josip Gregurić - trideset i pet godina slikarskog i trideset izlagačkog staža

Promocija 3. izdanja Pavkovićeve knjige

## "Od srca srcu za Hrvatsku"

Nakon Zagreba i Koprivnice je imala priliku za promociju 3. izdanja knjige Mladena Pavkovića "Od srca srcu za Hrvatsku" koju je objavila Alineja (tvrtka u vlasništvu UBIUDR-a Podravka) u suradnji sa Sindikatom PPDIV-a. Svečanost je održana u Podravki u srijedu 16. svibnja, a uz brojne branitelje i roditelje poginulih branitelja prisustvovali su joj i učenici Srednje i Obrtničke škole iz Koprivnice. Svi su oni pozdravili izlazak monografije koja svjedoči o stradanjima i podvizima hrvatskih branitelja, koja podsjeća na herojstvo 18-orice Podravkaša koji su svoje živote ugradili u temelje domovine i koja je iskreno i toplo svjedočanstvo Domovinskog rata. O knjizi i autoru govorili su povjesničarka umjetnosti Nada Vrkljan Križić, zamjenik predsjednika Uprave Podravke Željko Đurđina, glavna povjerenica sindikalne podružnice PPDIV-a Podravka Ksenija Horvat i direktorica Službe za interno komuniciranje Jadranka Lakuš. U promociji su sudjelovali i Mješoviti pjevački zbor Udruženja umirovljenika Koprivnica, šansonijer Ivan-Ivica Percl, glazbenica Draženka Burek i književnik Ivan Picer.

Tribina "43 minute sa..."

## Gostuje Senad Pašić

U ponedjeljak 21. svibnja u 20 sati gost tribine "43 minute sa..." bit će poznati zagrebački novinar i publicist Senad Pašić koji je objavio i svoju prvu knjigu "Auto Marinka Božića". Knjiga je dobila naslov po jednom od automobila "kralja hrvatskog žutog novinarstva" Marinka Božića, osnivača i urednika tabloida "ST", u kojem je radio i Pašić.

Razgovor s Pašićem vodit će Mladen Pavković, a održat će se u dvorani za sastanke "Podravke", uz slobodan ulaz.

Organizatori tribine su UBIUDR-i Podravke i Opći poslovi.

Konferencija za novinare

## O položaju hrvatskih branitelja

U ponedjeljak 14. svibnja u prostorijama koprivničke Gradske vijećnice Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskoga rata djelatnika "Podravke", u suradnji s ostalima drugarima iz Domovinskoga rata naše županije, organizirala je vrlo uspješnu konferenciju za novinare. Tema je bila: "Da se ne zaboravi - deset godina poslije".

O položaju hrvatskih branitelja, a osobito dragovoljaca govorili su: predsjednik UBIUDR-a Mladen Pavković, predsjednika Kluba 91 (UBIUDR) Mara Bareza, predsjednik Udruge roditelja poginulih branitelja naše županije Stjepana Kardoš, župan Nikola Gregur, predsjednik HVIDR-e Koprivnice Martin Oreški, dopredsjednik UBIUDR-a Dražen Keleminec i drugi.

Obilježavanje Svjetskog dana Crvenog križa i Tjedna Hrvatskog Crvenog križa u Koprivnici

## Natjecanje mladeži Crvenog križa i promocija knjige "Stazama dobrote"

Koprivnica je prošle subote - na Svjetski dan Crvenog križa i Tjedna Hrvatskog Crvenog križa - zasluženo bila prijestolnica Hrvatskog Crvenoga križa! Naime, na središnjem gradskom trgu okupili su se brojni mladi članovi ove istaknute humanitarne organizacije na prigodnom natjecanju.

Međutim, kako je rečeno, rezultati nisu bili toliko važni kao druženje i promicanje vrijednosti Crvenoga križa, organizacije koja godinama ljudima čini dobro.

- Lijepo je vidjeti mlade kako se natječu ili kako sklapaju nova prijateljstva. Ova organizacija pomaže i zbližava ljude, a to je također dio njezine vrijednosti - naglasio je dr. Dražen Sačer, predsjednik Gradskog društva Crvenog križa.

Održana je i svečana sjednica Glavnog odbora Hrvatskog Crvenog križa, a toga je dana predstavljena i knjiga dr. Milivoja Kovačića "Stazama dobrote", koju je priredio zajedno s nekolicinom suradnika, a koja je u cijelosti posvećena ovoj organizaciji.

**Suradnja Crvenog križa i Podravke**

U knjizi je među ostalim zapaženo mjesto dobilo i poglavlje koje se odnosi na suradnju Crvenog križa i "Podravke" tijekom Domovinskoga rata, a što je za ovu priliku priredio Ivan Andrašek.

- Suradnja "Podravke" i koprivničkog Crvenog križa počinje u samim počecima

Domovinskoga rata - piše Andrašek. Prvi kontingenti pomoći poslani su preko Crvenog križa već 1. kolovoza 1991. Ta je potpora kontinuirano trajala tijekom cijeloga rata, završno do 6. prosinca 1995. U tom razdoblju naša je tvrtka Crvenom križu Koprivnice donirala svoje proizvode u ukupnoj vrijednosti od 1.357.000 DEM ili oko 5.300.000 kuna.

Suradnja "Podravke" i Crvenog križa nastavlja se i danas, bilo kroz donacije hrane i novca ili kroz plasman naše hrane uz znatno snižene cijene.

Svečanostima je bio nazočan i predsjednik Hrvatskog Crvenog križa dr. Jadranko Crnić, koji je rekao: - Gledajući ovu mladež ne moramo se bojati za budućnost Crvenoga križa!

**Otvorena gradska kuhinja**

U utorak je gradonačelnik Koprivnice dr. Dražen Sačer u prostorijama Gradskog društva Crvenog križa (Ulica braće Radić 7) otvorio gradsku kuhinju u kojoj će se hraniti socijalno ugroženi! Interes za takvom kuhinjom je - na žalost - veliki, a kapaciteti mali.

Istoga je dana u dvorani "Domoljuba", također prigodno obilježavanja Tjedna Hrvatskog Crvenog križa, upriličena i zanimljiva kulturno - zabavna predoba, u kojoj su sudjelovali učenici Osnovne škole "A. N. Gostovinski" kojima su uručene članske iskaznice Crvenog križa.

ML Pavković



Predsjednik Gradskog društva Crvenog križa dr. Dražen Sačer predsjednik Hrvatskog Crvenog križa dr. Jadranko Crnić i dr. med. Ljiljana Šajatović - Ivanković vrlo se pohvalno na promociji izrazili o knjizi "Stazama dobrote"



Društvena prehrana

## Jelovnik

<b>21. 5. ponedjeljak:</b>	- Varivo podravski grah, suha rebra, salata
<b>22. 5. utorak:</b>	- Pečena piletina, krumpir na seljački, salata
<b>23. 5. srijeda:</b>	- Čufte u rajčici, krumpir pire, voće
<b>24. 5. četvrtak:</b>	- Kobasica, restani grah, salata
<b>25. 5. petak:</b>	- Špek fileki, slani krumpir, 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 Peros  
Redakcijska lista: Boris Fabijanec, Mladen Pavković, Branko Peros, Slavko Petrić i Hrvoje Šlabek

Fotograf:

Nikola Wolf

Grafički dizajn:

Jana i Ivana Žiljak, FotoSoft

Grafičko uređenje:

Vanessa Grgić

Tisak:

Koprivnička Tiskarnica d.o.o.

Koprivnica

Naklada:

3300 primjeraka

List izlazi svakog petka i primaju ga svi

adresati besplatno.

Redni 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

### Uzvratna utakmica finala Kupa EHF-a

# U velikom htijenju i borbenosti - samo neodlučeno

**PODRAVKA VEGETA - MONTEX 24:24 (10:11)**

Tekst i snimke: **Boris Fabijanec**

Nevjerojatno malo gledatelja (oko 800) došlo je na uzvratni susret hrvatskih i poljskih prvakinja. Tijekom cijele europske sezone Koprivničanci su zdušno podržali Podravkaše, a sada u finalu izostala je ona paklena, dobro poznata atmosfera u koprivničkoj Sportskoj dvorani. Izgleda da je ipak bilo malo onih koji su vjerovali da rukometašice Podravke Vegete mogu učiniti čudo - dostići 7 pogodaka iz prvog lublinskog susreta.

Utakmica je počela efektivnim pogotkom Andreje Hrg, ali ubrzo Poljakinje izjednačuju, potom vode, da bi onda

gotovo cijela utakmica protekla oko izjednačenog rezultata, tek na trenutke pojedina ekipa vodila bi gol, dva razlike. Tek u samoj završnici Montex vodi tri gola razlike, ali Podravkašice stižu rezultat i na kraju utakmica završava neodlučeno - 24:24.

Mora se priznati da su rukometašice Podravke Vegete pokazale zavidno htijenje, borbenost, veliko zalaganje, ali protiv poljskih prvakinja ipak treba nešto više. Jer, rukometašice Montexa su zaista izvršna ekipa, u ovom trenutku daleko bolja od Podravkašica. U pehar EHF-a zaslužio ide u Lublin. Što se tiče Podravkašica, u ovom susretu opet je, po običaju, dobra i sigurna

na vratima bila Barbara Stančin s 13 obrana, Ljerka Vresk i Renata Hodak puno su se trudile, posebice u obrani, Božica Palčić također, Vlatka Mihoci nije imala baš dobar dan, a od vanjskih pucačica dobra je bila Andreja Hrg. Trener Ivica Pal nije Martini Raguž dao previše minuta, ali Martina je ipak nepogriješivo gađala sedmerce. Kada je bilo vildljivo da Podravkašice ne mogu dostići prednost Montexa, trener Pal daje priliku mladim rukometašicama od kojih posebno dobar dojam ostavlja Antonela Pensa koja Poljakinjama daje dva pogotka, a u obrani čvrsto i sigurno "krpa rupe" kojih je, nažalost, u ovoj utakmici bilo previše.

No, ne treba žaliti za izgubljenim Kupom EHF-a jer već i ulaskom u finale Podravkašice su postigle velik uspjeh, budući da je na početku sezone bilo "zacrtno" ulazak u četvrt-finale Kupa EHF-a. Koprivničke cure zaslužuju sve pohvale jer su u ovoj rukometnoj sezoni nadmašile same sebe.

U tom kontekstu nakon utakmice govorio je i trener Podravke Vegete Ivica Pal: - Ne moramo biti tužni, jer Montex je bolja ekipa od nas, posebice njihova vanjska linija koja je presudila u obje utakmice. Nisam niti nesretan niti nezadovoljan, jer naše su cure dale sve od sebe, a ovo što smo postigli naša je realnost. Pred nama je novi izazov - osvajanje hrvatskog Kupa, a u to ne sumnjam - jer nema smisla rušiti tradiciju."

Protiv Montexa za Podravku Vegetu igrale su: Stančin, Knezović, Vresk 5, Popović, Perčulija, Pensa 2, Palčić 3, Hodak 4, Raguž 4, Mihoci 2, Hrg 4, Jurić.



Kvalitetnu i borbenu finalnu utakmicu Kupa EHF-a pratilo je vrlo malo koprivničkih gledatelja



### Prva hrvatska nogometna liga - Liga za prvaka

# Europska scena sve bliža Koprivnici

**SLAVEN BELUPO - ZAGREB 2:0 (1:0)**

Nakon dva uzastopna poraza, protiv Osijeka i Hajduka, trener Slaven Belupa Mladen Francić čvrsto je odlučio da protiv Zagreba krene s napadačkom postavom što je pozdravilo oko 2.500 koprivničkih navijača koji su se okupili na Gradskom stadionu. Da je to dobitna kombinacija pokazuje se već u prvim minutama susreta kada Perković prijeti vrataru Zagreba Stojkiću. No, njegov udarac glavom bio je neprecizan. Nekoliko minuta kasnije Mužek isprobava udarac s 18 metara, ali lopta odlazi iznad grede. Minutu kasnije stopostotna prigoda gostiju nakon greške obrane Slaven Belupa. Čizmek izbija sam pred vratara Solomuna, puca, ali koprivnički vratar izvršno brani. Gosti opet prijetje, no Solomun postaje sve veća enigma za Zagrepčane. Nogometaši Slaven Belupa ne ostaju dužni. Dobra kontra Jurčeca, Dodika i Amićića, ali u konačnici Jurčec ne stiže loptu i umjesto nje sam završava u mreži Stojkića. Nakon toga opet kape-tan Koprivničancu Jurčec mijša obranu Zagreba, ali koliko je bio dobar

prodor, toliko je bio slab udarac koji Stojkić bez napore brani. U 22. minuti Perković odlično puca prema vratima Zagreba, ali lopta odlazi tek nekoliko milimetara kraj lijeve vratnice. Nakon toga bilježimo još dvije prigode Jurčeca, ali od gola ništa. I kada su nogometaši Slaven Belupa sve više stiskali obruč oko vratiju Zagreba, sijevnula je kontra gostiju, Franja izbija sam pred Solomuna, no koprivnički vratar njegov udarac bravurno brani. Koprivničanci i dalje pritišću što im se isplatio u 42. minuti. Surač ruši Amićića na 18-19 metara od vratiju Zagreba. Slobodan udarac, Borimir Perković šalje neobranjivu loptu u gornji lijevi kut Stojkićevih vratiju. Krasan zgoditak!

U nastavku Zagrepčani su bolja momčad, njihov trener Zlatko Kranjčar pojačava napad, a nogometaši Slaven Belupa mudro se brane. Nekoliko izglednih prilika Zagreba ostaju neiskorištene, što zbog odličnog Solomuna, a što zbog neučinkovitosti gostujućih napadača. Zagreb ima terensku inicijativu, a Slaven

Belupo postiže drugi zgoditak. Dobar prodor Amićića po lijevoj strani, na rubu šesnaesterca ruši ga Stavrevski. Slobodan udarac iskosa izvodi Mužek, oštra lopta na glavu Pave Crnca koji trese mrežu Zagreba. Dva gola razlike i spoko u redovima Koprivničancu. Gosti iz Zagreba pokušavaju barem postići jedan gol, ali njihovi napadi su neučinkoviti, a Solomun je i dalje nerješiva enigma za Zagrepčane. Bilježimo i dobru akciju domaćih nogometaša, Mužek pronalazi Jurčeca koji sa 16-ak metara tuče u vanjski dio mreže Stojkićevih vratiju. Točku na i stavlja zasigurno najbolji igrač susreta Solomun u 73. minuti kada odličnom reakcijom zaustavlja udarac Lovreka s 10-ak metara. Zaista je to bio

dan koprivničkog vratara. Pred kraj utakmice, buru oduševljenja na Gradskom stadionu izazvala je vijest da Osijek vodi u Varaždinu protiv Varteksa, izravnog konkurenta za 4. mjesto. Dobre varaždinske vijesti, tri osvojena boda u Koprivnici s kojima je Slaven Belupo povećao prednost pred Varteksom za dva boda, dobar nogomet na travnjaku Gradskog stadiona i - nakon završetka utakmice veselje i uzdignute ruke koprivničkih nogometaša.

Sada predstoji vrlo važna utakmica za Slaven Belupo. U goste 19. svibnja dolaze nogometaši Varteksa, izravni konkurenti za 4. mjesto koje vodi u Kup UEFA. Naravno, Uprava i koprivnički nogometaši apeliraju na sve ljubitelje dobrog nogometa da dodu na taj važan susret i pomognu Slaven Belupu da pobjedi i time ostvari priželjkivani - povijesni uspjeh u dugoj i bogatoj tradiciji kluba. **[B. F.]**

### Konferencija za novinare Slaven Belupa

## Nužna dogradnja stadiona

Čelni ljudi Slaven Belupa - predsjednik Uprave Slavko Antolić, direktor kluba Robert Markulin i glasnogovornik Marijan Domović održali su 14. svibnja konferenciju za novinare na kojoj su govorili o potrebi daljnje izgradnje Gradskog stadiona. Također, upoznali su novinare s otvorenim pismom kojeg su potpisali predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac i član Uprave Belupa Slavko Antolić koji kao najveći sponzor kluba apeliraju na gradsku vlast, sve političare i političke stranke da "stanu iza kluba koji skoro čitavo stoljeće pronosi slavu grada Koprivnice te da se u ovo predizborno vrijeme očituju pred svojim biračima, odnosno građanima na koji način i u kojoj mjeri žele dati svoj doprinos dovršetku izgradnje Gradskog stadiona." Naime, sadašnje stanje na stadionu ne zadovoljava minimalne uvjete ni za nastup u Prvoj hrvatskoj nogometnoj ligi, a kamoli za igranje u nekom euro kupu. Zbog toga bi trebalo da nastupe u idućoj sezoni hitno izgraditi tribinu s istočne strane s minimalno 2000 sjedećih mjesta, rasvjetu, semafor, natkriti još barem 500 sjedećih mjesta te dovršiti klupske prostorije pod zapadnom tribinom. Za sve to potrebno je oko 5 milijuna kuna za dogradnju tribina za koje je odobren projekt, ali treba napraviti financijsku konstrukciju. **[B. F.]**

### Ribolov

## Odličan prvoligaški nastup Biserke Treščin

Prošlog vikenda seniorke Podravke nastupile su u Banovoj Jarugi u 1. kolu 1. lige, gdje je Biserka Treščin sa 3160 grama ulovljene ribe bila prvakinja staze. Također, na jezeru Šoderica održano je županijsko natjecanje u ribolovu gdje su nastupili kadeti, kadetkinje, seniori i seniorke Podravke. Od postignutih rezultata vrijedno je pažnje drugo mjesto Maje Starčević i treće mjesto Ivone Čizmešije u konkurenciji seniorki, gdje su u ukupnom plasmanu Podravkašice osvojile drugo mjesto iza ekipe Koprivnice. **[B. F.]**

### Kuglanje - Svjetsko juniorsko prvenstvo

# Srebro za Hrvatsku!

Na Svjetskom juniorskom prvenstvu u slovenskom Koprju hrvatske kuglačice osvojile su sjajno drugo mjesto, samo dva čunja više od velikih favoritkinja, kuglačica Njemačke. Prvakinja svijeta postale su Čehinje, srušile su 23 čunja više od naših juniorki. U šestorki naše reprezentacije bile su tri kuglačice iz Koprivnice: Melita Horvat (412) iz Podravke, Sandra Milas (422) iz Belme i Melita Valentić (446), koja je u ovom prvenstvu zbog studija igrala za Zagreb, dok je Natalija Kušenić iz Belme bila pričuva. Ovo je nevjerojatan uspjeh naših juniorki, jer su svih šest pripremni utakmica s vršnjakinjama Mađarske, Slovenije i Njemačke uvjerljivo izgubile. Protiv Njemica čak katastrofalno, dva-put sa 250 čunjeva razlike, pa je i izbornica Biserka Perman prije odlaska na SP izjavila da bi uspjeh bio plasman među šest najboljih reprezentacija. Prvenstvo završava u nedjelju, a ovo možda i nije naša zadnja medalja, jer i naši juniori imaju dobrih izgleda, a tu su još pojedinačni i parovni nastupi u muškoj i ženskoj konkurenciji.

### Pojedinačno prvenstvo sjeverne Hrvatske za seniorke

# Najbolja Željka Orehovec...

Proteklog vikenda na kuglani Varteka u Varaždinu odigrano je pojedinačno prvenstvo sjeverne Hrvatske za kuglačice. U konkurenciji 24 kuglačice, koje su to pravo igranja stekle na županijskim prvenstvima, najbolja je bila Željka Orehovec iz Podravke sa 909 čunjeva. Druga je bila njezina klupska kolegica Vesna Žunek sa 871 čunjem, dok je treća bila Ljiljana Zorec iz Varteka sa 870 čunjeva. Među 11 kuglačica koje su ostvarile plasman na prvenstvo Hrvatske, deseto mjesto osvojila je Marina Miklošić sa 827 čunjeva. Za korak, dva ostale su prekratke Đurđica Lukač i 13. Ljiljana Picer, dok Marija Zver, kao prošlogodišnja prvakinja Hrvatske, ima ostavljeno pravo nastupa u finalu.

-Prezadovoljna sam osvajanjem prvog mjesta, a posebno odličnim rezultatom. Poznato je već kako su varaždinske staze teške i vrlo zahtjevne, potrebna je velika snalažljivost. Ako samo malo popušta koncentracija, gotovo je, nema ništa od dobrog rezultata. U Rijeku, gdje se od 2. do 3. lipnja igra pojedinačno finale, odlazimo spremne i odlučne u borbi za sam vrh - rekla je Željka Orehovec.

### Pojedinačno prvenstvo sjeverne Hrvatske za seniore

# ... i Zdravko Vučić

U dvodnevni borbama na kuglanama u Bjelovaru i Koprivnici odigrano je pojedinačno prvenstvo sjeverne Hrvatske za kuglače. U jakoj konkurenciji 40 kuglača iz Čakovca, Varaždina, Bjelovara, Novske i Koprivnice prvo mjesto osvojio je sjajni Zdravko Vučić iz Podravke, koji je u dva dana srušio 1884 čunja, u Bjelovaru 861, a u Koprivnici 1023, jedini rezultat preko tisuću. Još samo šest kuglača odličnim rezultatima izborili su plasman na pojedinačno prvenstvo Hrvatske.

- To je moj dosad najveći pojedinačni uspjeh, kojem se baš i nisam nadao. Vjerovao sam u plasman među prvih sedam, koji idu u finale prvenstva Hrvatske, ali u tako jakoj konkurenciji prvoligaških igrača nisam ni razmišljao o prvom mjestu. Posebno ne nakon slabijeg rezultata u Bjelovaru, ali na našim stazama u Koprivnici sve sam nadoknađio i jako sam sretan zbog toga - rekao je Zdravko Vučić. **Z. Šemper**

### Šah

## Međužupanijski kup

Seniori ŠSK Podravke nastupili su ovu subotu na završnici kupa zajednice župa zapad. Natjecanje je održano u Varaždinu, a nastupilo je 6 ekipa. Ove se godine prvi put igralo na ispadanje, a pobjednik je stekao pravo nastupa na završnici državnog kupa u Puli.

Na žalost, Podravkaši nisu ponovili uspješno igranje iz Interlige, te su u prvom kolu ispali od ekipe Siska rezultatom 2,5:1,5. Susret je bio izuzetno neizvjestan, a tragičar meča bio je Muškinja, koji je u vremenskom tjesnacu ispuštao pobjedu u odlučujućoj partiji. Jedinu pobjedu za Podravku ostvario je Stubičar, dok je remizirao Keglević.

## Brzopotezni turnir

U ponedjeljak je održan brzopotezni turnir ŠSK Podravka za mjesec svibanj. Nastupilo je 16 šahista, a najuspješniji je bio Borivoj Muškinja s osvojenih 14 bodova. Drugo mjesto pripalo je Željku Stubičaru s 12,5 bodova. Dalje slijede: Kamenečki 11, Lazarević 10, Bijač 9,5, Benetić 9,5, Sirovec 9 itd.

U ukupnom redosljedu nakon pet odigranih turnira ponovo vodi Muškinja sa 103 boda ispred Stubičara s osvojenih 100 bodova. Iza njih nalaze se Bijač 83, Lazarević 78, Benetić 73 itd.

Idući mjesec održat će se dva turnira, za lipanj i srpanj, a prvi je na rasporedu već 4. lipnja u 18 sati. **[B. M.]**

## Podravkina gastro prezentacija za HTC Dubrava Babin Kuk u Dubrovniku

## Hotelijeri prihvaćaju naše nove gastro proizvode

Za hotelijere i ugostitelje Babino Kuka nedavno je, zajedno s prodajnom operativom regije Dalmacija, u hotelu "Dubrovnik President" marketinški Gastro tim upriličio prezentaciju širokog Podravkinog asortimana za nastupajuće turističko ljeto.

Menadžmentu i stručnim djelatnicima ovog uglednog dubrovačkog hotelskog poduzeća promotori Dražen Đurišević, Zlatko Sedlanić i Tomislav Prlić praktično su predstavili kvalitetu, ekonomičnost i raznovrsnost te uopće prednosti kuhanja s Podravkinim proizvodima u odnosu na konkurenciju i na klasičan način pripreme. Za dvade-

setak nazočnih među kojima su bili i predsjednik Uprave HTC-a Babin Kuk Wilfred Butter i njegova pomoćnica Sonja Klingor, pripremljena su jela u koja su bili ukomponirani proizvodi od Podravka juha, Fant umaka i dresinga, do prerade vina voća i povrća, čajeva, Linolade, slastica Dolcela, Studenca, Studene i Deita te pašeta Danice.

Podravkini predstavnici Tomo Čalušić, direktor prodaje za Dalmaciju, Nediljko Baričić, direktor Gastro prodaje za Hrvatsku i Ivo Lobaš, gastro trgovački predstavnik za Dubrovačko - Neretvansku županiju, mogli su uočiti posebno zanimanje nazočnih za nova gastro pakiranja Vegeta Twista u plastičnim kanticama od 1,5 kg, punilo od

višanja, termostabilnu marmeladu, Ponitu od 1 kg s okusom šumskog voća kao i atraktivne premium boce mineralne vode Studenac s kojom smo ekskluzivno zastupljeni kod ovog sve značajnijeg Podravkinog hotelskog kupca.

Ovo će biti dobra sezona za našu kuću, a Podravkini proizvodi će pozitivno utjecati na povećanje ušteda i smanjenje troškova, a istodobno naši će gosti sigurno biti zadovoljni vašom tradicionalno visokom kvalitetom. Odmah ćemo naručiti Fant dresinge koji su izvrsni kao namaz te Dolcela slastice - kazao je nakon prezentacije Argon Beriša, direktor HIP-a Babin Kuk.

D. P.



Uspješna prezentacija Podravkinih gastro proizvoda u Dubrovniku

## U hotelu Podravina 11. svibnja

## Modna revija u humanitarne svrhe

Koprivnički hotel "Podravina" postaje sve više kulturno i zabavno okupljalište budući da se sve češće organiziraju razne manifestacije. Tako je 11. svibnja održana modna revija na kojoj je dnevne i večernje kolekcije brojnoj publici predstavila modna kreatorica Ksenija Kreš. Uz manekenke modne grupe Ksenija, na priredbi su nastupili Jocker-band, Fakini, duo Bemian, plezni studio Jump, pjesnik Ivan Picer i drugi. Također, posjetitelji su mogli razgledati i prodajnu izložbu unikatnih ogledala ludbreške umjetnice Maje Vrtulek. Sav prihod od ulaznica i donacija s te cjelovečernje priredbe namijenjen je Ligi za borbu protiv raka Koprivničko-križevačke županije za kupnju mamografa.

[B. F.]



Hotel Podravina sve je češće mjesto kulturno-zabavnih događanja

## Recept tjedna:

## Rižoto Sol Elite Koralj

## Potrebne namirnice:

(za 4 osobe)

24 dag riže, 12 dag škampi (očišćenih), 12 dag šparoga, 4 dag istarskog pršuta, maslinovo ulje, sol, papar, Vegeta Twist mediteran

## Način pripreme:

Na maslinovom ulju propržimo istarski pršut, dodamo vrhove domaćih šumskih šparoga, malo zatim dodamo repove očišćenih škampi i sve zajedno prodinstamo. Dodamo sol, papar, Vegetu Twist mediteran i na kraju dodamo prethodno dinstanu



rižu. Zalijemo vodom u kojoj su se blanširale šparoge, serviramo uz dekoraciju od šumskih šparoga.

Puno pozdrava iz Umaga i dobar tek želi vam **Marinko Jurešić** šef kuhinje hotela "Sol Elite Koralj"

## Lino nagrađuje



Nagradno pitanje 3. kola

Napišite slogan

Lino munchy meals za . . . . . tvoj

Ime i prezime

Organizacijska cjelina

U četiri tjedna čitatelje lista Podravka nagrađuje medvjedić Lino koji će predstaviti Dječju hranu, Lino ladu, Lino munchy meals "za doručak tvoj" i napitke Lino sport i Lino cappuccino.

Igrajte se s nama i na jednostavan način dođite do zanimljivih nagrada. Ispunjeni kupon pošaljite u oмотnici na adresu **Lino** nagrađuje - Lino tim, Podravka, A. Starčevića 32/1 ili ubacite u kutije sa znakom **Lino** nagrađuje postavljene ispred restorana društvene prehrane u poslovnoj sedmerokantnici i na Danici, na Tin baru i na istočnoj porti. Izvlačenje nagrada je svake srijede, a imena dobitnika bit će objavljena u listu Podravka.



## Nagrade 3. kola:

## 1. Lino medvjedić

Božica Premer, Energetika i održavanja

## 2. Set za bojanje

Jadranka Strnad, Dječja hrana

## 3. Paket Lino proizvoda

Zvonko Jedvajić, Panonska pivovara

Dobitnike je izvukla komisija u sastavu: Ružica Petrovčić, Jadranka Lakuš i Sabina Tušek, a nagrade se mogu podići u Timu Lino (1. kat poslovne zgrade).



Crt: Ivan Haramija - Hans