

Podravka na velikom sajmu prehrambenih proizvoda u New Yorku

Str. 3



Podravka je i svojevrsna - turistička destinacija

Str. 4 - 5



ISSN - 1330-5204

Godina XLVI • Broj 1846 • Petak, 20. srpnja 2007.



www.podravka.com

PODRAVKA

LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA

U Splitu održana konferencija za novinare nakon završetka humanitarne akcije Studene i UNICEF-a "Širimo krugove dobrote"

Svaka čast Podravki i potrošačima Studene na širenju krugova dobrote

U humanitarnoj akciji "Širimo krugove dobrote" na prodajnim mjestima širom Hrvatske prodano je više od 3 milijuna boca Studene te je prikupljeno 806.191 kuna za UNICEF-ov projekt "Svako dijete treba obitelj". Novac će biti iskorišten za udomljavanje djece

Konferencija za novinare u splitskom hotelu Le Meridien Grand Hotel Lav



Piše: **Boris Fabijanec**
Snimio: **Nikola Wolf**

U splitskom hotelu Le Meridien Grand Hotel Lav održana je u srijedu završna konferencija za novinare humanitarne akcije Studene i UNICEF-a pod nazivom "Širimo krugove dobrote" na kojoj su objavljeni rezultati akcije te doniran iznos u korist projekta "Svako dijete treba obitelj". Najsvečaniji trenutak konferencije bio je kada je član Uprave Podravke Saša Romac predao predstojnici Ureda UNICEF-a za Hrvatsku Tanji Radočaj simbolični ček s ukupnim iznosom prikupljenih sredstava u visini od 806.191 kuna. Tom prigodom Romac je istaknuo kako je tijekom akcije koja je trajala od 1. svibnja do 30. lipnja ove godine prodano više od 3 mili-

juna boca Studene. U navedenom razdoblju na prodajnim mjestima širom Hrvatske bila su dostupna prigodna crvena promotivna pakiranja Studene 0,5 i 1,5 l, Studene limun 0,25 i 0,5 l te Studenca 0,5 l, od čije je prodaje 10 posto vrijednosti Studena darovala za UNICEF-ov projekt.

Veliko hvala UNICEF-a

- Definitivno je akcija ispunila svoja očekivanja i mislim da će doista ta prikupljena sredstva otići na one adrese zbog kojih je ta akcija pokrenuta - djeci kojoj je pomoć najpotrebnija. Zahvalio bih UNICEF-u i svima koji su bili uključeni u ovu plemenitu akciju te svim srcem zahvaljujem potrošačima koji su kroz brand Studene prepoznali plemenitost i humanost akcije "Širimo krugove dobrote" - rekao je Romac.

- Prije svega, zahvaljujem se Podravki i Studenoj na velikom doprinosu što su ga iskazali tijekom akcije te svima ostalima koji su pomagali tijekom akcije, a taj iznos je namijenjen za kvalitetno udomiteljstvo djece u Hrvatskoj. Posebice se od srca zahvaljujem svima onima koji su tijekom akcije kupili Studenu, jer to je znalo biti dirljivo. Osobno sam bila svjedok u jednom marketu kada je supruška rekla suprugu: 'Kupi onu vodu koja je za djecu.' To je zapravo bila poanta naše akcije. Zahvaljujući ovom iznosu na stavit ćemo započeti posao na stvaranju kvalitetnoga udomiteljstva za djecu, s posebnim naglaskom na djecu s teškoćama u razvoju i za najmlađe. Naš cilj i naša želja je da djeca rastu u obiteljima jer to je prirodno i normalno okruženje u kojemu djeca mogu steći sve ono što

im kroz život treba - istaknula je na konferenciji za novinare Tanja Radočaj.

Na konferenciji za novinare bili su Zlatan Stipišić Gibonni, zaštitno lice navedene kampanje i ujedno ambasador dobre volje UNICEF-a, te proslavljena hrvatska atletičarka Blanka Vlašić. Uz njih tijekom akcije u njezinom promicanju pridružili su im se i UNICEF-ova ambasadorica dobre volje Bojana Gregorić Vejzović i novinar poznat po brojnim humanitarnim aktivnostima Robert Zuber, te pjevač Dražen Turina Šajeta. Okosnicu akcije - prikazivanje promotivnog TV-spot-a "Širimo krugove dobrote" s Gibonnijem u glavnoj ulozi - podržavala je medijska kampanja na radiju, u tisku i na billboardima, kao i pet promotivnih regionalnih događanja na glavnim gradskim trgovima u Ko-

privnici, Osijeku, Splitu, Rijeci i Zagrebu, koje je posjetilo više od 100.000 ljudi. Također, na svakom od tih događanja bilo je organizirano niz zabavnih igara za djecu predškolskoga i školskoga uzrasta te za njihove roditelje.

Za razvoj udomiteljske skrbi

- Otkada je samostalne Hrvatske na prste jedne ruke mogu nabrojati ljude i tvrtke koji su se nudili za ovaj humanitarni projekt. Podravka ne da se samo ponudila, već je i osmislila kompletnu akciju koja je rezultirala ovim značajnim iznosom. Zapravo, ne sjećam se da je do sada bilo koja akcija rezultirala ovakvom realizacijom, a za nju su sigurno, uz Podravku, zaslužni svi oni potrošači koji su izabrali bočicu Studene. Svaka čast Podravki i hrvatskim potrošačima -

emotivno je izjavio novinari- ma Gibonni.

Inače, projekt "Svako dijete treba obitelj" usmjeren je razvoju suvremene udomiteljske skrbi za najranjivije skupine djece, kao i promicanju udomiteljstva kao vrhunske humanitarne geste, što je ujedno i cilj ove akcije. Sredstva prikupljena tijekom akcije bit će uložena u osnivanje tri nova mobilna tima za podršku udomiteljima u Požeško - slavonskoj, Bjelovarsko - bilogorskoj i Koprivničko - križevačkoj županiji te u održavanje rada postojećih timova u preostalim hrvatskim županijama. Timovi funkcioniraju kao podrška za 364 postojeće udomiteljske obitelji te u suradnji s lokalnim medijima i zajednicom rade na pronalaganju novih udomitelja, rečeno je na završnoj splitskoj konferenciji za novinare. ■

NAŠA POSLA**Manje negoli žele eurooptimisti, više nego što očekuju euroskeptici**

Temeljna je spoznaja da će Hrvatska u Uniji imati prosječni godišnji rast BDP-a barem 4,9 posto, odnosno 0,6 posto više nego u suprotnoj opciji. To ujedno znači da će do 2025. biti dosegnuta razvijenost od 75 posto prosjeka Unije

Piše: **Željko Krušelj**

Nakon što uđu u Europsku uniju, građani Hrvatske neće živjeti osjetno bolje, ali je isto tako izvjesno da neće ni požaliti što su postali 28. članica te elitne zajednice. Možda bi to bio i najrealniji zaključak opsežne studije koju je Vlada naručila od Ekonomskog instituta od Ekono-

Temeljna je spoznaja da će prosječni godišnji rast BDP-a Hrvatske u Uniji u narednih petnaestak godina biti barem 4,9 posto. To znači da će do 2025. biti dosegnuta razvijenost od 75 posto prosjeka Unije, s kojom prestaje i pravo na financijske potpore u cilju ravnomjernog regionalnog razvoja. O tome su, uostalom, već vođene polemike nakon predloženog modela regionalizacije Hrvatske. Ukoliko Hrvatska ne bi izabrala svoje mjesto u Bruxellesu, prosječni godišnji rast BDP-a, tvrde okupljeni znanstvenici, iznosio bi oko 4,3 posto. Razlika od 0,6 posto BDP-a godišnje ne doima se velikom, ali pomnožena s brojem godina daje značajni gospodarski zamah, samim tim i porast potrošnje, što će izravno osjetiti svaki građanin.

Napravljena je i konkretna simulacija hrvatskih dobitaka i obveza vezanih uz blagajnu Unije u razdoblju 2009. - 2011. godine. Iz nje je vidljivo da bi Hrvatska prve godine primila 512 milijuna eura, druge 678 i treće 764 milijuna, tako da bi u zemlju sliili blizu dvije milijarde eura. Istodobno, uplata Hrvatske u Bruxelles, dakle svojevrsna članarina, kretala bi se između 501 i 578 milijuna eura. Proizlazi da bi u tom trogodišnjem razdoblju Hrvatska bila u plusu 322 milijuna eura. Državni proračun ne bi, dakle, bio žrtva primanja u članstvo. Isto je tako važno da svi ti integracijski procesi ne bi doveli i do ozbiljnijeg rasta inflacije. Ona bi bila najvi-

še 1,4 posto viša od stope u eurozoni. Nesporno je, tvrde stručnjaci, da ulazak u Uniju znači veća izravna ulaganja u hrvatsko gospodarstvo, što govori u prilog tezi kako je spomenuti godišnji BDP-a realan, a moguće je da bude i veći, ukoliko bi državna vlast učinila gospodarstvo konkurentnijim u smislu smanjivanja poreza i administriranja, ali i jačanja svih elemenata pravne države. Porasla bi i razina zaposlenosti, opet za barem dva indeksna boda više u odnosu na ostatak izvan Unije.

Posljedica je takvih trendova i daljnje jačanje bankarskog sustava i cjelokupnog financijskog tržišta, posebno dioničarstva i investicijskih fondova. Eventualno nepristupanje Uniji u financijskom bi sektoru doista bilo osjetno lošija varijanta, jer bi, uz nedostatak novih, destimuliralo i dio sadašnjih investitora.

Značajni bi dobitnik mogao biti i turizam, jer se procjenjuje da će interes građana Unije za dolazak na Jadran dodatno porasti i da će baš u tom sektoru biti najdinamičniji razvoj. Na koncu konca, uvjeti gospodarenja u "klubu 28" neminovno će dovesti i do osjetnog jačanja hrvatskog izvoza, stručnjaci kažu i za značajnih 70 posto. Povećanje, pak prihoda od izvoza i turizma mora uroditi i osjetnijim smanjivanjem vanjskoga duga.

Gradane, međutim, najviše interesira kako će se Unija odraziti na njihovu svakodnevicu. Izvjesno je da će ih najveći šok, vezan uz naglo poskupljenje većine proizvoda i usluga, ipak uspješno mimoći. Za razliku od novoprimljenih članica iz srednje i istočne Europe, hrvatske su cijene danas toliko visoke, pogotovo u domeni prehrane i ostalih roba široke potrošnje te energenata, da će usklađivanja biti minimalna.

Najneizvjesnija je situacija, prema očekivanjima, u sektoru poljoprivrede. Procjenjuje se da bi tu iz fondova Unije pristizalo 2,5 milijardi kuna godišnje, a jasno je da to neće biti dovoljno. Jedino je rješenje u izdvajanjima iz državnog proračuna, čemu će se Bruxelles protiviti, tako da će puno toga ovisiti o daljnjim pregovorima i razdoblju prilagodbe europskim standardima. Očekivana je bila i najava dodatnog pritiska na hrvatsko tržište nekretina, budući da se to već godinama osjeća. Autori studije tvrde kako bi cijene, unatoč toga trenda, trebale rasti samo četiri posto godišnje, što je možda i najupitniji zaključak, pogotovo u uvjetima najavljenih liberalizacije tržišta za građane Unije. Riječ je, naime, o tome da u većini novih članica pojačani interes za nekretnine doveo do rasta cijena od najmanje 30 posto. ■

Razgovor: Michal Jung, direktor Marketinga Podravka Poljska**Vegeta je u Poljskoj poznatija i od mnogih poljskih kompanija i brandova**

Warzywko, čiji bi naziv u prijevodu na hrvatski bio - Povrčko - proizvodi se u Poljskoj, a zbog specifičnog pakiranja u kojemu se prodaje razlikuje se od Vegete koja je naš najpoznatiji i najprodavaniji proizvod na tržištu Poljske

Razgovarala: **Ines Banjanin**

Na poziciji direktora Marketinga Podravka Poljska Michal Jung je od siječnja 2007. godine. Svoje je radno iskustvo donio iz svjetski poznatih kozmetičkih kompanija i jednog od vodećih poljskih prehrambenih proizvođača i najvažnijih igrača na poljskom tržištu univerzalnih dodataka jelima, tvrtke Kamis. Stekao je međunarodnu diplomu The Chartered Institute of Marketing iz Londona i jedan je od petoro ljudi iz Poljske koji su stekli certifikat Professional Certificate in Marketing u 2000. godini.

Iako imam iskustva u prodaji i financijama, marketing je područje koje me najviše zanima i u kojemu volim raditi jer je jedinstveno i pruža neograničene mogućnosti djelovanja i dokazivanja. Rekao bih da je marketing multidisciplinarnan, jer sjedinjuje različita područja i upravo zato ni u jednom trenutku posao nije zamoran ili monoton. Također je i kreativan, jer bez dobrih ideja u marketingu se ne može uspjeti, a dobre ideje mogu doći od izražaja i imaju značajnu ulogu kao potpora marketinškim aktivnostima.

• **Kakva su bila Vaša prva iskustva po dolasku u Podravku?**

- U Podravki sam toplo dočekan i zato sam se brzo snašao u kompaniji. Radio sam u njemačkoj, francuskoj i nizozemskoj kompaniji, ali u Podravki bih izdvojio otvorenost i ostvarivanje kontakata među menadžmentom. Zato mi se sviđa raditi u Podravki. Brzo sam morao preuzeti posao, ali mogu reći da sam se isto tako brzo snašao na toj poziciji. Odgovara mi takav dinamičan pristup poslu i do sada mi se čini kao da sam u Podravki puno dulje nego što uistinu jesam.

• **Ima li značajnih razlika između marketinga pojedinih brandi?**

- Bez obzira jeste li u marke-



tingu prehrambene industrije ili kozmetičke kompanije, nema naročito velike razlike u pravilima. Nije važno u kojoj ste branši, važno je znati prepoznati brand, znati raditi na njemu, bez obzira na to je li riječ o kozmetičkom ili prehrambenom brandu. Naravno da postoje razlike, ali 50 posto je isti pristup, a polovica je uvijek nešto novo i drugačije. Gledano s moje perspektive, brand je kao dijete za koje ste u potpunosti odgovorni.

• **Kakva je Podravkina poznatost u Poljskoj?**

- Podravka kao brand nije toliko poznata u Poljskoj i Poljaci ne znaju koja je domaćina zemlja Podravkinih proizvoda, ali poznatost Vegete vrlo je velika, čak veća od nekih domaćih kompanija i brandova. Vegeta je naš najpoznatiji i najprodavaniji proizvod na tržištu Poljske. Osim Vegete, na tržištu Poljske prodaju se još i kondimenti, poput ajvara, relisha i pindura, zatim proizvodi od rajčice pod našim brandom.

• **Tko je glavni konkurent?**

- U svakoj kategoriji postoje konkurenti, ali u kategoriji dodataka jelima je specifična situacija i Vegeta je lider na tržištu Poljske po tržišnoj vrijednosti. No na tržištu Poljske Kuchar je naš glavni konkurent u kategoriji dodataka jelima.

• **Kakva je strategija nastupa na tržištu Poljske u narednom periodu?**

- Bez obzira jeste li u marke-

Gledano s pozicije marketinga, fokusirat ćemo se na Vegetu i na rajčicu, kako bismo novim idejama i pružanjem daljnje marketinške podrške zadržali lideršku poziciju. Warzywko je novi proizvod koji je veoma važan za nas i od kojega puno očekujemo, odnosno nadamo se da ćemo ostvariti još bolje rezultate nego što su ostvareni kod tvrtke Kamis. Warzywko nije prisutan na tržištu Hrvatske i od njega očekujemo da će na tržištu Poljske, uz Vegetu, biti vodeći proizvod u kategoriji univerzalnih dodataka jelima, kao što će Poljska biti vodeća država po prodaji



Vegeta i Warzywko u Poljskoj nisu konkurencija, već će se raditi na razvoju oba branda kako bi bili vodeći proizvodi u kategoriji univerzalnih dodataka jelima



Vegeta i Warzywko u Poljskoj nisu konkurencija, već će se raditi na razvoju oba branda kako bi bili vodeći proizvodi u kategoriji univerzalnih dodataka jelima

Konrad Bruszewski, koordinator Trade Marketinga u Podravki Poljska:**Suradnjom Marketinga i ostalih službi do dobrih rezultata na tržištu**

Marketingu u našem poduzeću Podravka Poljska zaposlen je i Konrad Bruszewski gdje je našao svoje prvo zaposlenje prije nešto više od šest godina, a trenutno je na funkciji koordinatora Trade Marketinga. Tijekom svoje radnog iskustva upoznao se s radom u prodajnom marketingu te marketingu u tradicionalnim i modernim kanalima, koji se razlikuju u broju prodajnih mjesta, pristupu prodaje, pozicioniranju proizvoda i distribucije. Za nedavnom susreta ukratko



je za naše novine pojasnio čime se bavi marketing našeg poduzeća u Poljskoj i kakva je pozicija najvažnijih Podravkinih proizvoda na tamošnjem tržištu.

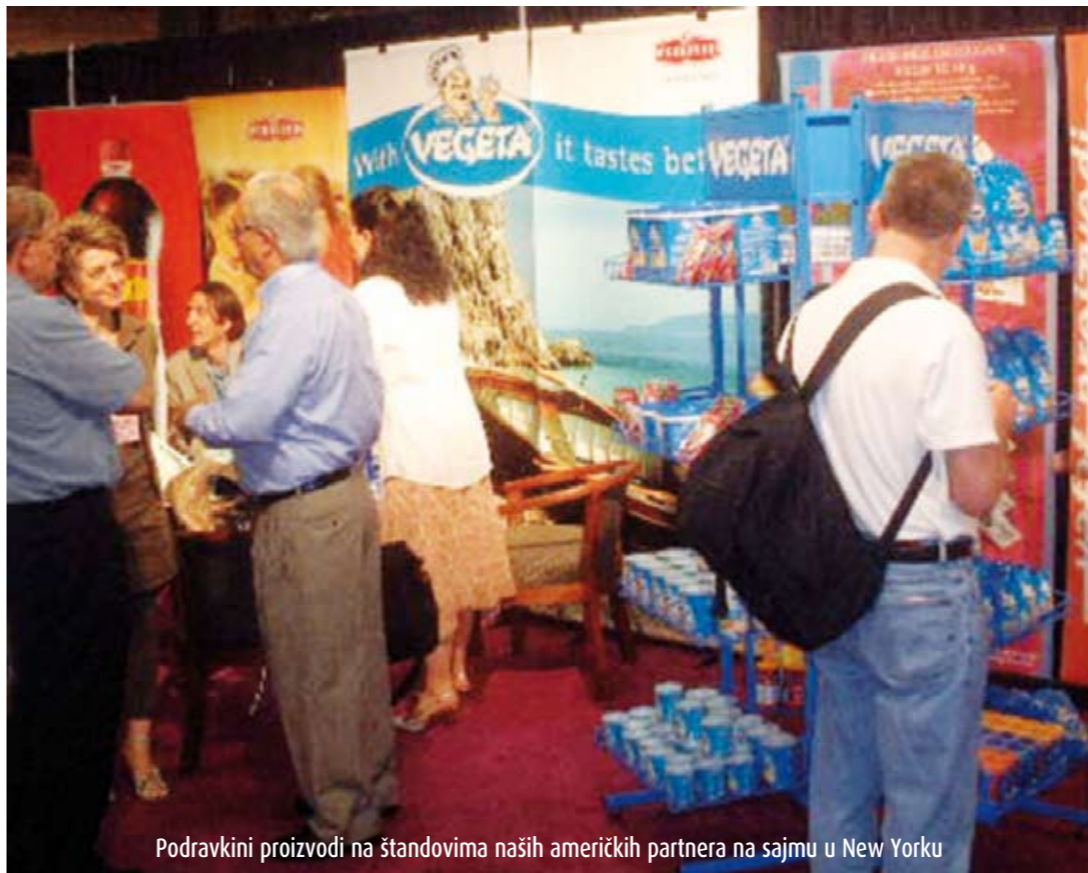
- Unutar službe Marketinga u Poljskoj međusobno izvanredno dobro surađujemo, isto tako služba Marketinga povezana je sa svim ostalim službama, poput Logistike, Prodaje, Financija i proizvodnje ovdje u Poljskoj, a naravno usko surađujemo i s Marketingom u Podravki u Koprivnici. Zahvaljujući toj suradnji, možemo

biti uspješni na ovačnjem tržištu koje je mnogoljudno, ali i zahtjevno s obzirom na velik broj domaćih i stranih kompanija i proizvoda s kojima moramo voditi tržišnu utakmicu. Vegeta je lider na tržištu Poljske u kategoriji dodataka jelima, a njoj se sada priključuje i Warzywko kao domaći poljski brand, koji je, prema istraživanjima, namijenjen većinom mlađoj populaciji korisnika, a svojom jedinstvenom zelenom bojom ambalaže razlikuje se od ostalih proizvoda iz te kategorije. **I. B.**

Širenje poznatosti Podravkinih proizvoda i brandova na velikom američkom tržištu

Podravka na sajmu Fancy Food Show u New Yorku

Uz Vegetu, na štandovima Podravkinih partnera bili su izloženi i mesni proizvodi Danice, juhe, kondimenti i fantovi. Brojni kupci iz gradova širom SAD-a posjetili su izložbeni prostor Grand Prix Tradinga, gdje je uz dijeljenje kataloga zabilježen i značajan broj upita novih kupaca



Podravkini proizvodi na štandovima naših američkih partnera na sajmu u New Yorku

U New Yorku je od 8. do 10. srpnja održan 53. po redu Fancy Food Show na kojem se izlažu delicatessni i etnički proizvodi. Sadržaj je, kao i svake godine, održan u poznatom izložbenom

prostoru Jacob Javits Center u središtu New Yorka, a svoje proizvode je predstavilo više od 2.300 izlagača iz SAD-a i 72 zemlje iz inozemstva. Ukupan promet kategorije delicatessnih i etničkih proi-

zvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9 %, dok je stopa rasta svih prehrambenih proizvoda 4,3%. Od ukupnog pro-

izvođa je 38 milijardi USD ili oko 10 posto ukupnog prometa prehrambenih proizvoda, s time da bilježi prosječnu stopu rasta od 9

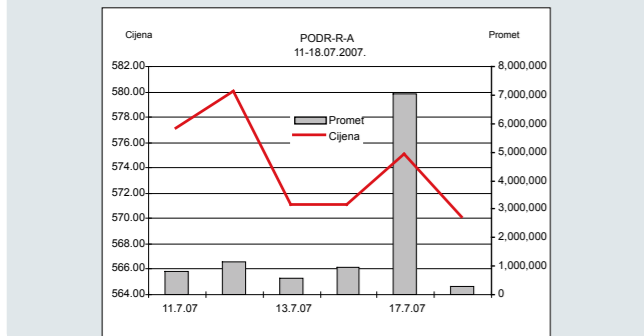
PODRAVKA NA BURZI

Još jedan tjedan bez većih promjena

Piše: **Mario Gatare**, burzovni analitičar Poslovnog dnevnika info-puls@zg.htnet.hr

Za razliku od prevladavajućeg raspoloženja ulagača na domaćem tržištu kapitala, koje je, mada još uvijek u okvirima ljetne letargije, u posljednjih tjedana dana ipak poprimilo pozitivne tonove (tjednim rastom CROBEX-a od 1%, do srpanjskog maksimuma), dionice Podravke u promatranom se razdoblju ne mogu pohvaliti pozitivnim rezultatom koji bi barem donekle izmijenio postojeći status quo i napokon okončao ne previše zanimljivu fazu rangetradinga. Koja pak obilježava trgovinu dionicama kopriivničke tvrtke u posljednja dva mjeseca, nudeći tek minornu oscilacije cijene, a posljednjih tjedana i drastičan pad obujma trgovine. Jer, u usporedbi s lipnjem, tijekom kojeg je prag od milijun kuna dnevnog prometa redovi-

Datum	Vrijednosnica	Cijena	Promet
11.7.07	PODR-R-A	577,00	825.514,44
12.7.07	PODR-R-A	580,00	1.142.509,50
13.7.07	PODR-R-A	571,00	563.689,31
16.7.07	PODR-R-A	571,00	949.095,50
17.7.07	PODR-R-A	575,00	7.029.095,20
18.7.07	PODR-R-A	570,01	264.596,56



Aktivnosti UBIUDR-a Podravke

Podravkini branitelji posjetili Zadar

Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke (UBIUDR) u subotu je organizirala još jedan izlet za svoje članove i članove njihovih obitelji. Posjetili su Zadar. U tom gradu prvo su obišli groblje te podno spomen - obilježja poginulim hrvatskim braniteljima zapalili svijeće. Ovaj je grad dao izniman doprinos tijekom rata, a brojna imena poginulih uklesana na spomenicima to najbolje potvrđuje. Tom gradu je prošle godine Podravkina udruga branitelja, u suradnji s drugim udrugama proizašlim iz Domovinskog rata, dodijelila visoko priznanje Grad - junak.

- Na izletu je bilo pedesetak članova Udruge i članova njihovih obitelji - rekao nam je Pero Kopornić, voda puta. - Svi su oduševljeni. Put nije bio naporan, a bilo je dosta vremena za kupanje i razgledavanje grada.

Razlog treći izlet što ga je organizirala Podravkina udruga. S obzirom na veliko zanimanje uskoro će najvjerojatnije biti organiziran još jedan.

Posjeti Podravki

Podravka je i svojevrсна - turistička atrakcija

Podravku godišnje posjeti sedam do deset tisuća ljudi. Nije rijetka slika da pred Podravkom stoji i po nekoliko autobusa iz raznih krajeva Lijepe Naše, jer - stigle su brojne grupe djece ili odraslih u posjet našoj tvrtki. Podravku posjećuju mališani iz dječjih vrtića, djeca školskog uzrasta, studenti, umirovljenici, udruge građana i razne druge organizirane skupine



Za uspomenu na posjet Podravki gotovo je obavezna fotografija kod drvenog pijevca ispred upravne zgrade

Piše: **Slavko Petrić**
Snimke: **Nikola Wolf**
i **Berislav Godek**

Želimo li reći turističkim jezikom, onda bi to bilo da je Podravka jedna od najprivlačnijih destinacija na kopriivničkom, a i širem području. Interna dokumentacija, odnosno evidencija kazuje da godišnje Podravku posjeti sedam do deset tisuća ljudi. Podravka je zauzela vidno mjesto u turističkoj ponudi grada Koprivnice i ovoga kraja i itekako je zanimljiva i županijskim i gradskim turističkim zajednicama te turističkim agencijama u čijim programima zauzima jedno od najznačajnijih mjesta. Neki to čak zovu i industrijskim turizmom, jer u Podravku se organiziraju jednodnevne ekscurzije, izleti, a uz posjete Podravki obično su vezani i njezin Muzej prehrane, Podravkin rekreacijski centar u Starigradu, diskont, kopriivnički bazeni, gradski trg, park, vijećnica, muzej grada... U svim progra-

mima turističke ponude ovoga kraja Podravka je nezaobilazna do te mjere da neke grupe i otkazuju aranžmane ukoliko u njima nije predviđena i naša tvrtka. Nije rijetka slika da pred Podravkom stoji i po nekoliko autobusa iz raznih krajeva Lijepe naše, jer - stigle su organizirane grupe djece ili odraslih u posjet našoj tvrtki.

Priprema za svakog gosta
U Podravki o posjetima brinu Korporativne komunikacije, a posebno Katarina Sitarić, koja je već niz godina predana tom poslu i gotovo je postala "institucija" kad su posjeti u pitanju, naročito djece. Njezin zadatak je prezentacija Podravke zainteresiranim, bilo u sklopu turističkih aranžmana (za što je temelj dobra suradnja s gradskim i županijskim turističkim organizacijama) ili pak izravnim dogovaranjem. To su pretežitom ciljane skupine koje pokazuju najveće zanimanje za Podravkinu tehnologiju proizvodnje.

Podravku posjećuju djeca

nira i Katarina Sitarić puna je hvale za takvu komunikaciju.

A da treba mnogo znati o Podravki govori i činjenica da u Podravku dolaze i ljudi koji o njoj puno znaju te često postavljaju i vrlo konkretna pitanja za koja treba biti dobro pripremljen. Ako bi izdvojila kategoriju posjetitelja koji su joj najdominirali onda bi to bili penzioneri koji su, iako u poodmakloj dobi, u principu puni duha i svaki ponosom ima svoju zanimljivu priču vezanu za Podravku. Bilo da su u tijeku svojega rada bili u poslovnom odnosu s Podravkom, surađivali s nekim ljudima ili pak još uvijek imaju u Podravki nekog svaka. Klinci su pak posebna priča. Njima se Katarina sva predaje, nastupajući kao pedagog, a za što ima urođenog dara, pa joj i pjesma nije strana u komunikaciji. Čak tvrdi da bi često posjete mogla temeljiti na pjesmi. Koliko je već, nakon svih tih posjeta ostavila traga, najbolje govore pisma koja stižu na njezinu adresu. Nakon posjeta posjetitelji pišu o dojmovima, djeca šalju fotografije s potpisima svih koji su vidjeli Podravku, zahvaljuju se, šalju radove s izrezanim logotipima Podravkinih proizvoda... Svi oni, pak, iz Podravke odlaze s poklonima koji ih podsjećaju na ugodan izlet u Kopriivnicu i Podravku.

Islapitvi vid propagande

Dolaze tu i grupe izvan Hrvatske, a među njima najčešće studenti. Ovo je islapitvi vid Podravkine propagande. Osim posjeta koji su turističkog karaktera, Katarina Sitarić s jednakim elanom organizira i protokolarnu posjete Podravki gdje sudjeluje u kreaciji programa boravka poslovnih partnera u našoj firmi. Ovaj puta u ulozi određenog posrednika između tvornica i poslovnih gostiju.

Valja napomenuti da se sve posjete odvijaju sukladno pravilima sigurnosti i higijene koja vrijede u tvornicama. ■



Najbrojniji i najdraži posjetitelji Podravki su djeca svih uzrasta, a njima je omiljeni domaćin Katarina Sitarić



Prilikom posjeta Podravki gotovo je uvijek u planu i razgledavanje Muzeja prehrane



U posjet su stigli i studenti

MOJ HOBI

Karate je bio i ostao Radićev stil življenja kojem je davao cijelog sebe

Piše: **Slavko Petrić**
Snimio: **Berislav Godek**

Pionirski posao u kopriivničkom karateu obavio je Jadranko Radić i njegovo ime bit će upisano u sportsku povijest grada. Bilo je to sedamdesetih godina kada su istočnjačke borilačke vještine bile hit, a u tom pokretu Radić, koji je tada bio u Zagrebu na školovanju, "inficirao" se karateom i "prenio" ga u Kopriivnicu gdje je taj sport naišao na plodno tlo. Prihvatili su ga prvo Blažek, Čani, braća Ožegović, Rušak, Kosać... da bi mu se kasnije priklonili mnogi, pa i djevojke. Učelnik elektrotehničke škole, koji je

uspust završio i prometnu tehniku, a konačni studij obavio na Višoj tehničkoj, Radić je u Kopriivnici prvotni karate pokret okrunio osnivanjem Karate kluba Podravka. Tu je došao s postignutim zelenim pojasom, a 1972. godine stekao onaj sanjani majstorski crni - prvi dan.

Osim što je bio član kluba i natjecatelj, Jadranko je bio prvi i potom dugogodišnji trener koji je odgojio generacije karatista. Nakon početnog elana, dolazi razdoblje i solidnijih ekipa sa Solarićem, Pužem, Krušecom, braćom Jurencem, Jovićem, Krajinom, Markovićem, a tu je i Ivanković - prva djevojka s karate pojasom. Markovića smatra

svojim nasljednikom koji i danas vježba mlade. Karate je bio i ostao Radićev san kojem je davao cijelog sebe. Ponosan je danas što su karatisti nosili Podravkino srce na svojim kimonima, a bili su cijenjeni i u Sarajevu, Skoplju, Splitu, Zagrebu.

Osim što se borio, bio karate pedagog, Radić je i sudac. Baš kroz suđenje želio je da vidi Japan, postojbinu sporta koji mu je uljepšao život, ali to je ostalo neostvareno. Poklonik je karatea kao vještine, a ne "makljaže" na današnji način, s time da su ga uvijek više privlačile kate nego borbe, jer nose više "umjetničkog", a čemu sport teži. Nije samo karate bio Jadran-

kov sport. Njegov cijeli život zapravo je to. Trčao je u zagrebačkoj Trešnjevci (kćerka Tanja bila je poznata kopriivnička sprinterica), plivao u Daničevoj, igrao stolni tenis, nogomet i rukomet u Kopriivnici, a i danas je također sav u sportu u funkciji održavanja tjelesne spremne nakon operacije kukova - plivanje svakodnevno, bicikl uvijek pri ruci, medicinske vježbe. Noge su sada već kao nove.

Prije Podravke dvije je godine radio u zagrebačkom Končaru, a Podravkin Transport bio je prvi Radićev poslovni izazov. Bio je Radić, koji i predaje prometne znanosti na Obrtničkoj u Kopriivnici, i tehnički direktor i

direktor Transporta, ali zdravlje i restrukturiranje odveli su ga u investicijsko održavanje u Logistici. Opet u "soferskom" krugu za koje ljude kaže da jedu kruh sa sedam kora, ali s njima nikada nije imao problema. Sportski život izgradio je do te mjere da smatra da su subote i nedjelje u kafićima za mlade "katastrofa", a svojim životnim postulatima pridodao je i jedno rekreativno - vinogradarstvo kojim oplemenjuje dušu i osvaja vinske medalje na izložbama. Gorice i šuma pokraj oaza su mira čovjeku koji je život poklonio sportu. Karatista koji je ušao u filozofiju kate, što smatra zdravijim i pametnijim pristupom borilačkim sportovima. Radić je karate odabrao kao stil življenja. Danas su istočni sportovi "normalna stvar", dok je nekada bilo "kaj to ovaj bedak dela". A taj je sport donio radosti i zadovoljstva mnogima koji su prihvatili njegovu sportsku "filozofiju" i odjenuli dres od kojeg se nisu rastajali. Cini pojas označava nešto plemenito, uzvišeno, a Radić ga posjeduje i poručuje: karate može svatko naučiti i pokrete iz njega koristiti u svakodnevnom životu. ■



Anamarija Knežević član dječjeg zbora "Vukovarski golubići"



Prenosimo iz "Vukovarskih novina"

Pustolovina djece iz Vukovara u Podravku i Kopriivnicu

Nedavno je Podravku - na poziv Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke - posjetila skupina djevojčica i dječaka iz Vukovara, među kojima su pretežno bili članovi dječjeg zbora "Vukovarski golubići".

Koliko im je ovaj izlet bio zanimljiv svjedoči i članak objavljen u "Vukovarskim novinama", a pisala su ga djeca sama. Izabran je najprimieraniji tekst Anamarije Knežević, učenice 6. razreda, a mi ga dijelom prenosimo:

Željno upoznavanja drugih gradova i drugih sredina, uputili smo se u ranu zoru u Kopriivnicu - nama do sada nevideni grad. Put nije bio zamarajući, zabavljali smo se, pjevali te mislili samo na jedno, odlazak u Podravku. Pred tu veliku tvornicu tj. upravnu zgradu stigli smo oko 10,30 sati. Tamo su nas dočekali predsjednik Udruge branitelja Podravke Mladen Pavković i jedan od članova Podravkine Uprave Dragan Habiđija, uz Podravkine proizvode, sokove i peciva.

Domaćini su nas s nekoliko riječi upoznali s Podravkom, njeznom prošlošću, sadašnjosti te o planovima za budućnost. Druženje smo nastavili uz pjesmu. Ponosno smo im otpjevali pjesmu "Vukovar u srcu mom", te uz glazbu ukratko opisali svoj grad. Oni su nam zahvalili brojnim poklonima među kojima su i zahvalnice "Golubićima" kao i samom gradu Vukovaru.

Nakon toga slijedio je obilazak tvornice. Posjetili smo pogon namijenjen proizvodnji marmelada i džemova gdje smo se upoznali s proizvodnjom slatkih pekmeza. Nakon malog izleta po Podravki, domaćini su nam pripremili iznenađenje: poklone prepune Podravkinih proizvoda.

Posjetili smo i Kopriivničko-križevačku županiju, gdje smo bili na primanju kod dožupana.

Nakon toga u restoranu Podravkinog rekreacijskog centra dobro smo se najeli. Pustolovinu smo nastavili u Podravkinom Muzeju prehrane gdje smo vidjeli mnoge stare alate i strojeve za obradu i proizvodnju hrane, te prve Podravkine proizvode.

Uslijedio je nama djeci dugo očekivani odlazak u kopriivnički disco. Bilo je super. Nakon toga put nas je vodio u Dom za nezbrinutu djecu "Svitanje". Djeca iz doma su nas srdačno dočekala te nam pokazala svoj sadašnji dom. S njihovim osmjesima je završilo ovo naše putovanje. Pozvali smo ih da posjete naš Vukovar.

U Vukovar smo se vratili oko ponoći bogatiji za još jedno iskustvo.

KUTAK ZA UMIROVLJENIKE

Izjednačavanje mirovina novih umirovljenika

Piše: **Željko Šemper**

Nakon što je već devetu godinu u primjeni restriktivan Zakon o mirovinskom osiguranju, koji je nanio velike štete novim umirovljenicima, učinjen je krupan korak na poboljšanju njihovog statusa. Umirovljenici su dugo i strpljivo čekali, njihovi nagomilani problemi, obeštećenje starih umirovljenika, problem obiteljskih mirovina, rješavali su se korak po korak. Konačno, na red su došli i novi umirovljenici. Članovi Vlade RH i predstavnici umirovljenika u Radnoj skupini, nakon teških pregovora, ovih su dana uspjeli riješiti važnu umirovljeničkih zahtjeva i Vlada RH uputila je u Sabor dva zakona, koji su u Saboru i prihvaćeni.

Zakon o dodatku na mirovine ostvarene prema ZOMO-u (isplata od 1. 10. 2007. godine)

Ovim zakonom određuje se dodatak na mirovine korisnika čija je mirovina ostvarena i određena isključivo prema Zakonu o mirovinskom osiguranju od 1. siječnja 1999. godine. Osnovica za određivanje dodatka na mirovinu prema ovome Zakonu jest svota mirovine određena i usklađena prema Zakonu o mirovinskom osiguranju. Sadašnje mirovine povećat će se prema slijedećoj skali postotaka:

1999 - 4%; 2000. - 8,4%;
2001.- 12,6%; 2002. - 16,3%;
2003. - 19,0%; 2004. - 20,9%;
2005.- 22,6%; 2006. - 23,8%;
2007. - 24,9%; 2008. - 25,9%;
2009. -26,4%; 2010.- 27,0%

Pravo na ovaj dodatak na mirovinu ne pripada korisnicima povlaštenih mirovina, korisnicima najviših mirovina određenih prema Zakonu o najvišoj mirovini, korisnicima osnovne mirovine koji su uz tu mirovinu ostvarili i mirovinu iz II. stupa, te korisnicima obiteljske mirovine kojima je mirovina određena od mirovine koja je ostvarena prema propisima o mirovinskom osiguranju koji su važili do 31. 12. 1998. godine.

Korisnicima najniže mirovine dodatak se određuje na mirovinu koja je određena temeljem njihovog usklađenjima te razlike opet postotku iz godine u kojoj je ostvareno pravo na mirovinu od koje je određena obiteljska mirovina.

Korisnicima obiteljske mirovine određene od mirovine koja je ostvarena od 1. 1. 1999. godine dodatak se određuje prema postotku iz godine u kojoj je ostvareno pravo na mirovinu od koje je određena obiteljska mirovina.

Neki efekti povećanja mirovina

Ovim postocima povećanja mirovina otklanjaju se na minimum međusobne razlike u mirovinama novih umirovljenika zbog povećanog obračunskog razdoblja s 10 godina na cijeli radni vijek. Ovaj korak poravnania bio je prvi cilj, jer bi se u protivnom svakim novim redovnim usklađenjima te razlike opet povećavale. Primjer: umirovljenica koja je u travnju 2007. godine otišla u starosnu mirovinu s 2.035 kn ovim povećanjem od 25,2% (+513 kn) primat će mirovinu 2.548 kn. Da je mirovinu ostvarila u 1999. godini, primala bi 2.533 kn, što je razlika od svega 15 kn!

Važno je napomenuti da se ovaj Zakon odnosi i na sve one koji će biti umirovljeni u sljedećim godinama, dakle sadašnje radnike, koji su osiguranici samo I. stupa mirovinskog osiguranja.

(U sljedećem broju: Zakon o izmjenama ZOMO-a)

KINOPREDSTAVE

Kino Velebit u Koprivnici

19. 7. - 1. 8. **“SPIDER MAN 3”**, američki - u 16,30 sati
19. 7. **“TRANSFORMERS”**, američki SF akcijski - u 19 i 21,15 sati
20. 7. **“TRANSFORMERS”**, američki SF akcijski - u 19 sati
20. i 21.7. **“KRALJICA”**, britanska biografska drama - u 21,15 sati (REVUJA FILMSKIH HITOVA)
22. i 23. 7. **“TRANSFORMERS”**, američki SF akcijski - u 19 i 21,15 sati
24. i 25. 7. **“TRANSFORMERS”**, američki SF akcijski - u 19 sati
24. i 25.7. **“MR. BEAN NA PRAZNICIMA”**, američka komedija - u 21,15 sati (REVUJA FILMSKIH HITOVA)

JELOVNIK

23. 7. ponedjeljak: - Varivo podravski grah, kobasica, feferoni
24. 7. utorak: - Umak bolonjez, špageti, salata
25. 7. srijeda: - Pohana pureća prsa, pirjano povrće, salata
26. 7. četvrtak: - Varivo keli, kosani odrezak, kolač
27. 7. petak: - Prženi oslić, slani krumpir, salata

Zahvalnice Podravkine udruge branitelja Stanislavu Biondiću i Mari Barezi

Stanislav Biondić bio je i pripadnik slavne koprivničke 117. brigade. Mara Bareza, pak, od samih početaka Domovinskog rata aktivno se uključila u obranu



Rajko Gašparić, Stanko Biondić, Zvonko Mikotić, Mara Bareza, Mladen Pavković i Miroslav Filipić

Izložba u Domu mladih u Koprivnici

Izložba slika novih članova Podravkine likovne sekcije

Prošle subote u Domu mladih u Koprivnici otvorena je izložba slika novopridošlih članova Likovne sekcije "Podravka 72". Predsjednica Likovne sekcije Barbara Percač organizirala je u Domu mladih predstavljanje članova sekcije koji su oduvijek dio likovne obitelji i zaželjela im dobrodošlicu te još mnogo uspješnih samostalnih i skupnih izložbi. Svojim radovima predstavili su se Kata Augustinović, Vesna Auer Gregor, Dragica Mikulec Leonis, Aleksandra Posavec i Darko Vrtatić. Na otvorenju izložbe stihove su recitirale članice Literarne sekcije Podravke Valentina Crljenica i Elza Herceg.

A. V.



LIJEČNIK ZA VAS



Piše: **dr. Ivo Belan**

U prirodne nesreće spadaju i gromovi koji svake godine u svijetu ubiju puno ljudi. Mnogi životi i mnoge imovine moglo je biti spašeno kada bi ljudi upoznali tu prirodnu električnu snagu i pridržavali se zdravorazumnih pravila sigurnosti.

U posebnim uvjetima nakuplja se u zraku velika količina elektriciteta. Strahovito snažna munja kreće se 30.000 puta brže nego metak i može imati nalet od nekoliko milijuna volti i jakost od pola milijuna ampera - nekoliko milijuna puta

više nego što je snaga električne struje u kućanstvima. Intenzivna toplina stvorena direktnim udarom munje može spaliti stablo ili učiniti da se cigle gradevine rasprsnu u milijune komadića.

Dužina munje može varirati od pola do 4,5 kilometra i budući da su munje većinom višestruke, više od 40 udara groma može slijediti u brzom nizu, odvojeni međusobno od pola sekunde. Najveći broj nesreća od groma događa se na otvorenom, ali jedna četvrtina nesreća događa se i u kući - uglavnom zato što je na tom mjestu većina ljudi za vrijeme oluje. Udarac munje ulazi u kuće kroz dimnjake, vodovodne instalacije, električne instalacije, TV antene ili direktno kroz krov. Za vrijeme grmljavine, koja se čuje blizu, preporučljivo je udaljiti se od zidova, kamina, vodovodnih cijevi, električnih uređaja i metalnih predmeta, kao što su peći, sudoperi, kade. Također, razumno je ne telefonirati kada "pucaju" gromovi. Ispravno konstruirani i montirani gromobrani su korisna zaštita. Zaštitni sustav niti je skup niti ga je teško nabaviti. Međutim, pobrinite se da posao preuzme sposoban, pouzdan i iskusen instalater. To nije posao da budete "sam svoj majstor". Jedno od najsigurnijih mjesta od groma je automobil, ali prozori moraju biti zatvoreni. Ako ste se za vrijeme olujne grmljavine našli na otvorenom, nemojte tražiti zaštitu pod izoliranim stablom ili u malim grmovima. Bolje je čučnuti. Najbolje je naći nešto poput špilje, gudure ili jarka. Stopite podalje od nekakvog humka, brežuljaka, vode i posebno od malih čamaca. Krševito, kamenito područje izgleda da ima jaku privlačnost za munje i kampisti trebaju izbjegavati takva mjesta kad postavljaju šator. Također, grupe ljudi na otvorenom pružaju veću privlačnost nego osamljene osobe, zato je pametno razići se za vrijeme oluje s grmljavinom.

Kad nevrijeme nastupi tako blizu da se munja i grmljavina javljaju gotovo istovremeno i kad je zrak nabijen prodornim mirisom oluje, vrijeme je da se provedu krašnje mjere opreza. Ako ste se našli u takvoj oluji i počeli ste osjećati da vam se dižu vlasi na glavi, mogli bi postati cilj sljedećeg groma. U takvim okolnostima odbacite svoje dostojanstvo i odmah legnite na tlo. Na kraju krajeva, bolje je biti blatnjav nego mrtav.

Broj 1846 • Petak, 20. srpnja 2007.

SPORT

Završene pripreme Slaven Belupa u Zreču

Momčad spremna za izazove u Kupu UEFA i prvenstvu

Tijekom priprema u slovenskom Zreču nogometaši Slaven Belupa odigrali su i zadnju prijateljsku utakmicu protiv slovenskog trećeligaša Veržej. U prvom poluvremenu Slaven Belupo je imao dosta problema s realizacijom. Napadači su promašili niz dobrih prilika, ali su se iskupili u nastavku, kad su došli do uvjerljive pobjede od 8:0.

Dovođenje još nekih igrača?

- Zadovoljan sam pripremama i onim što sam našao u klubu, mislim na igrački i organizacijski dio, a zadovoljan sam i novim igračima koje smo doveli. Naime, kada se u jednom prijelaznom roku mijenja tako puno igrača, povećava se mogućnost pogreške, ali mislim da smo pogodili s novim igračima u igračkom, ali i ljudskom

smislu, što je jako bitno. No, kod nas se podcjenjuje proces prilagodbe novih igrača i stvaranje ekipe. Velike i prave ekipe stvaraju se dvije tri godine, a mi bismo željeli da to kod nas funkcionira za 20 dana. Moram biti iskren i reći da u klubu razmišljamo o dovođenju još nekih igrača jer ne možemo biti nerelani i nekorektni i na leda mladih svaliti breme odgovornosti. Oni su tu uz nas, treba im dati vrijeme i priliku za razvoj. Mi u ekipi trebamo 16 pravih, provjerenih prvoligaških igrača koji će izaći sezonu, jer ove jeseni imamo skoro 30 utakmica, a to je nemoguće proći bez izostanka zbog ozljeda ili kartona. Inače, prijateljske utakmice u pripremnom razdoblju koristili smo kako bismo se što bolje prilagodili tvrdom nogometu kakav nas očekuje pro-

tiv albanske Teute u 1. pretkolu Kupa UEFA-e. Nadam se da Teuta, osim tvrde i čvrste igre, nema igrača koji bi ponudio i nešto više te se ja kao i cijela ekipa nadamo povoljnom rezultatu i daljnjem plasmanu u Kupu UEFA - rekao nam je Krunoslav Jurčić.

‘Jurčić je pravi izbor’

Optimizam trenera dijeli i predsjednik kluba Stanislav Biondić: - Jurčić je trener koji ima ljudske i stručne kvalitete i uvjeren sam da smo nakon odlaska Scorie učinili najbolji izbor. Pred nama je Kup UEFA i prvoligaško prvenstvo i smatram da je momčad spremna za te izazove.

(Utakmica s Teutom odigrana je u četvrtak 19. srpnja poslijepodne, kad je naš list bio u tisku). **B. Fabijac**

Uskoro reorganizacija Škole nogometa u Koprivnici?

Nanedavno održanom sastanku Uprave Slaven Belupa razgovaralo se, između ostaloga, i o reorganizaciji Škole nogometa te o potrebi da se na tu temu razgovara s predstavnicima Grada Koprivnice i Koprivničko-križevačke županije. Koji je stav kluba prema Školi nogometa, pojasnio je sportski direktor Slaven Belupa Davor Puljić.

- Postavlja se pitanje u klubu

može li on izdržavati pogon s 13 trenera ili taj broj treba reducirati na 6 koji bi bili potpuno profesionalno angažirani u klubu. Na taj bi način treneri imali po dva različita godišta i bili bi na raspolaganju i ujutro i popodne, potpuno posvećeni radu s djecom. Inače, potpuno je neupitno da naš klub kao i Belupo i Podravka imaju senzibilitet prema djeci te niti jedno dijete neće ostati izvan trenažnog pro-

cesa. No, moram istaknuti kako je najveća investicija kluba izgradnja terena s umjetnom travom za koju mjesečna rata iznosi oko 300.000 kuna, a taj je teren isključivo namijenjen Školi nogometa. Budući da škola potroši oko 2 milijuna kuna, a jedini prihodi su od Grada 525.000 kuna i članarina roditelja, jasno je da nam stalno nedostaje novca. U slučaju smanjenja broja trenera djeca ne bi bila zakinuta, sa-

mo bi manji broj trenera imao više aktivnosti. Osobno bih volio da ostanu dosadašnje stanje, da svaki trener ima svoje godište, ali o tome ovisi puno stvari. Predsjednik kluba Stanislav Biondić će zamoliti i predstavnike Grada i Županije da pomognu, jer ipak će od ukupnog broja pozlaznika Škole nogometa oko 95 posto djece završiti u županijskim nogometnim klubovima - istaknuo je Puljić. **B. F.**

Kup Hrvatske u ribolovu

Podravkine ribolovke srebrne

Udardi je prošlog vikenda održan ribolovni Kup Hrvatske na kojem su sudjelovali seniori, seniorke, juniori i juniorke koji su pravo nastupa izborili na regionalnim natjecanjima. Na ovom natjecanju što ga je organizirao Hrvatski sportski ribolovni savez, iskazale su se seniorke Sportskog ribolovnog kluba Po-

dravka. Već prvog dana natjecanja osvojile su drugo mjesto u konkurenciji 14 satava (43 ribolovke), to su ponovile i drugog dana i u konačnom plasmanu bile i također druge. Prvo mjesto s minimalnom prednošću ispred Podravke pripalo je ŠRK Koprivnici, treći je bio sisački Smud, a četvrta Zelina. Podravka je srebrnu medalju osvojila u sa-

stavu Biserka Treščin, Ivona Čizmešija i Maja Starčević, dok je vođa ekipe bio Ivan Starčević. U pojedinačnom plasmanu Biserka Treščin je s osvojenim četvrtim mjestom bila najbolje plasirana Podravkina ribolovka, dok je Ivona Čizmešija osvojila 11. mjesto, a Maji Starčević pripala je 13. pozicija među hrvatskim udičarkama. **S.P.**



Podravkina ekipa oktila se u Dardi na Kupu Hrvatske u ribolovu srebrnim medaljama

Streljaštvo - Prvenstvo Hrvatske za seniore

Medalje ponovno osvojili Nikola Mehkek i Lana Đud

Na Prvenstvu Hrvatske za seniorske kategorije u disciplinama serijska malokalibarska puška ležeći stavi i trostav, održanom u Rijeci na strelištu Drenova, strijelci SSK Podravke ponovno su osvojili državne medalje.

Prvog dana natjecanja u disciplini ležeći stav ekipa Streljačkog kluba Podravka u sastavu Zoran Koprek (355), Alen Golubić (349), Hrvoje Vladušić (351) i Nikola Mehkek (352) pucala je daleko lošije od svojih mogućnosti te je na kraju natjecanja sa 1056 krugova zauzela četvrto mjesto.

Loš prvi dan u konkurenciji seniorki u disciplini ležeći stav imala je i Lana Đud koja je srežultatom od 346 krugova zauzela je četvrto mjesto.

Drugod dana natjecanja ekipa seniora ponovno puca ispod svojih mogućnosti i sa 1466 krugova ponovno zauzi-

ma četvrto mjesto. No, u pojedinačnom natjecanju seniora i seniorki u disciplini trostava konačno su strijelci Po-

dravke ostvarili primjerene rezultate.

Nikola Mehkek je u izjednačenoj borbi ostvario 512 krugo-

Novi sponzori Slaven Belupa

Vrlo dobri rezultati koje je Slaven Belupo ostvario u prošloj sezoni osvajanjem petog mjesta u prvenstvu, igranjem u finalu Kupa te plasman u Kup UEFA nisu ostali nezamijećeni pa su nedavno čelnici kluba potpisali ugovore o sponzorstvu s proizvođačem automobila Toyotom i glavnim bankama u Hrvatskoj - Privrednom, Zagrebačkom i Raiffeisen bankom. Ti ugovori s renomiranim tvrtkama i bankarskim institucijama zapravo pokazuju koliki je iskorak napravio koprivnički prvligaš, ne samo u sportskim, već i u marketinškim vodama. Neka se samo ta dobra i hvaljevredna konstanta Slavena nastavi. **B. F.**



Iz Stolnoteniskog kluba Podravka

Drugoligaši se nadaju brzom povratku na prvoligaške stolove

U klubu žele brzi ponovni ulazak u prvu ligu, ali ih zabrinjavaju nova pravila po kojima bi se natjecanja odvijala, a što će izazivati igračko i organizacijsko opterećenje

Piše: **Slavko Petrić**

Ispadanje iz prve lige i trenutalni status drugoligaša nisu nikakva tragedija za Stolnoteniski klub Podravka. Po mnogima, organizacijski su jedan od dobro organiziranih koprivničkih klubova, igrački kadar im se nije promijenio, u mladim kategorijama imaju dječaka koji će biti sigurni prvotimci i s te strane u klubu nisu zabrinuti. Naprotiv, mišljenja su da im neće biti premsa među drugoligašima te su uvjereni u povratak u elitno društvo gdje su od posljednjih deset godina proveli sedam.

Na čelu kluba već četvrtu godinu je bivši igrač kluba Damir Štefan koji STK Podravku vodi timski gdje su također bivši igrači (Kolačko, Dinić, Sajko, Bojanić, Šifkorn) kojima je pingač "pod kožom". Udarana igračka četvorka ostaje i nadalje u istoj postavi: Lončar, Marinić, Jurašić, Kovačević, koja će - svi se nadaju - već od sljedeće sezone igrati na prvoligaškim stolovima. U tome bi ih mogli spriječiti jedino stari znanci iz Medimurja, Šenkovec i Mihovljan.

Dakle, u vodstvu kluba ne "plaše" se ponovnog ulaska u prvu ligu, ali ih ipak zabrinjavaju nova pravila po kojima bi se natjecanja odvijala. Naime, u sezoni 2009/10. prvenstvo će se igrati sa četiri igrača na dva stola. Bit će igračko i organizacijsko opterećenje, a i koprivnička stolnoteniska dvorana ne odgovara po dimenzijama (dužina joj je 20 umjesto 24 metra). Ako znamo da će sezonu kasnije krenuti i super liga i jedinstvena liga, to će upravi donijeti daleko više poslova nego dosad. Trebat će to slijediti i za to se pripremiti. Tu su još i suci, koji su skupi.

Predsjednik Štefan kaže da oni drugoligaško natjecanje mogu pratiti s 40 tisuća Podravkinih kuna, gradskim financijama od 55 tisuća godišnje te uz pomoć Podravske banke i "žicanjem" kod sponzora gdje treba sve više upornosti u moljakanju. Zbog toga bi željeli da se u Podravku kao glavnom sponzoru upostavi određeni pravilnik o sponzoriranju, pogotovo ako se u dogledno vrijeme ude u prvoligaško natjecanje. Za kupnju igrača, kako to drugi u Hrvatskoj čine, STK Podravka nema sredstava. U jedno vrijeme, kada se moglo kupiti i Kineza, prvoligaški status se održavao na taj način, dok je sada klub okrenut stvaranju vlastitog igračkog kadra i u tome je relativno uspješan. Čak do te mjere da je nakon deset godina lani uspio s mjesta prvog muškog sportskog kolektiva Koprivnice potisnuti i nogometaše Slaven Belupa. To je plod i pokazatelj ozbiljnog i organiziranog kluba koji djeluje na volonterskom pristupu svih njegovih članova. Jedini "služenik" u klubu je Danijel Lončar, prvi igrač i trener svih kategorija kojemu u trenerskom poslu pomažu mladi suigrači Danijel Jurašić i Jasmin Kovačević.

Klupski se stolnotenisači ne osjećaju inferiornima u konstelaciji koprivničkog sporta, osim što tvrde da je nogomet biznis, a sve ostalo je sport. Smatraju da su odmah iza rukometa i kuglanja u specifičnom sportu koji traži puno rada: četrdesetak dječaka treba neumorno vježbati i tako treći svakodnevno treninirati kako bi se za prvoligašku konkurenciju stvorilo tek nekoliko igrača.

Danas u svojim redovima imaju dva dječaka - Matiju Stojanovića i Emilija Grobenskog - koji su znani i u državnim razmjerima i neki bi ih moćni klubovi željeli vidjeti u svojim redovima.

Predsjednik Štefan rekao je da u klubu vode politiku, ali politiku nepretjerane esponiranosti i to im dobro ide. Vode brigu i o pojedincu, a Podravkin stolnoteniski klub poznat je i po tome da ima iz svojih redova najviše fakultetski obrazovnih (braća Vondraček, Dinić, Štrkalj, Štefan, Vlahinja, B. Kovačević, Bojanić, Kolačko) ili studenata (J. Kovačević, Jurašić).

U klubu ističu da imaju viziju napredovanja, ali bez izdašnije pomoći neće moći napredovati, pogotovo ako se osvoji drugoligaški naslov i naide na prvoligašku "barijeru" i nove natjecateljske propise. Nisu, kako kaže prvi čovjek kluba Štefan, u situaciji da stavljaju ključ u bravu kao neki drugi sportski kolektivi, ali upozoravaju naprijed da ne bi bilo: "Nismo znali!"

Renato Kovačić

PODRAVHA 7



Dan Podravkine kuhinje u Topuskom

Degustacija ukusnih Podravkinih kolača i Zelenog ledenog čaja

Ukusni Podravkini kolači i hladno osvježanje privukli su veliki broj posjetitelja Top Terma na Danu Podravkine kuhinje u Topuskom. Suradnjom Top Terma Topusko i Podravke u subotu, 14. srpnja, upriličena je degustacija kolača koje je s Podravkinim proizvodima pripremao promotor kulinarstva Branko Takač, te degustacija Zelenog ledenog čaja Studena.

Kolači su pripremljeni u hotelu Top Terme Topusko, a za tu smo prigodu izabrali tisuću komada parfe kocki, jogurt kocki i kremšnitte te 350 komada krafni i na taj način predstavili dio našeg asortimana na već tradicionalnom Danu Podravkine kuhinje - informirao nas je Branko Takač. **I. B.**



Nesnosne vrućine

Nesnosne vrućine koje su nas pritisnule ovih dana ne jenjavaju, već temperatura svakim danom još raste. U Koprivnici je sredinom tjedna zabilježena temperatura od 37 ili 38 stupnjeva u hladu, a meteorolozi za dane koji slijede najavljuju da će biti još jače vruće. Termini: vrlo vruće, izuzetno vruće, ekstremno vruće postali su "normalni", a još nije na vidiku kad će tako visoke temperature pasti na podnošljivije. Rad i boravak u takvim vrućinama u neklimiziranim prostorijama vrlo je težak, a stručnjaci ne preporučuju ni pretjerano kretanje na otvorenom između 10 i 17 sati, jer takva vrućina i štetno UV zračenje - nije zdravo. Stručnjaci preporučuju i pijenje dosta tekućine, uglavnom obične vode, te zadržavanje u hladu koliko god je to moguće - upravo ovako kako je naš fotoreporter zabilježio u centru grada.



U hladu i uz osvježanje hladnom Studenom nesnosne se vrućine lakše podnose (snimio B. Godek)

Novo na tržištu

Dolcela tekući biljni šlag u tetrapak pakiranju

Od ovog se ljeta na tržištu nalazi novi proizvod - Dolcela tekući biljni šlag u tetrapak pakiranju od 200 ml, 500 ml i 1 l. Prepoznatljivog je dizajna, kao i postojeći Dolcela asortiman, a lansiran je pod nazivom Šlag 5+. Oznaka "5+" na pakiranju proizvoda opisuje pet glavnih prednosti ovog proizvoda, a to su **pouzdanost** - priprema šlaga uvijek uspijeva, **univerzalnost** - za pripremu i ukrašavanje kolača, pudinga, voćnih kupova, za kavu i dr., **postojanost** - dugo zadržava čvrstoću i idealan je za ukrašavanje, **s biljnim masnoćama** - pogodan i za vegetarijance, te **jednostavnost** - brza i jednostavna priprema, za profesionalce i one manje vješte.

Uvođenjem tekućeg biljnog šlaga asortiman Dolcela slastica proširio se i na pothladenu potkategoriju čime Dolcela postaje ponuđač svih oblika slastica. **I. B.**



RECEPT TJEDNA

Teletina sa sirom

Tradicionalno izvrsnu teletinu u ovom receptu, zbog novog ruha, gotovo nećete prepoznati. Neodoljivost jela, osim teletini, možete zahvaliti i bijelom vinu, češnjaku i svježem bosiljku, a povrće i sir zadovoljit će vašu potrebu za cjelovitim obrokom.

Sastojci za 4 osobe:

4 teleća odreska (600 g)
300 g blitve
2 žlice pšeničnog oštrog brašna Podravka, tip 400
80 ml ulja, 180 g sira grojera
1 žlica Vegete
Za umak od rajčice:
1 limenka pelata Podravka (400 g)
3 žlice maslinova ulja
2 češnja češnjaka
100 ml pasirane rajčice Podravka, 50 ml bijelog vina
80 ml vode
1 žličica šećera



1 žlica svježe narezanog bosiljka, 1 žlica Vegete

Priprema:

Teleće odreske potucite batom za meso, pospite Vegetom, a zatim uvaljajte u brašno. Pecite ih na zagrijanom ulju sa svake strane oko 10 minuta dok ne dobiju zlatno žutu boju. Blitvu kratko prokuhajte u blago posoljenoj vodi, ocijedite i narežite. U dubljoj tavi na maslinovu ulju pirjajte pelate, dodajte na-

sjeckani češnjak, pasiranu rajčicu, Vegetu, šećer, vodu i vino. Pirjajte oko 15 minuta, a na kraju umiješajte bosiljak.

Na pečene odreske stavite pripremljenu blitvu, a na nju položite ploške sira. Odreske stavite u tavu s rajčicom i poklopljeno kuhajte oko 10 minuta dok se sir ne rastopi.

Posluživanje:

Teletinu sa sirom poslužite uz kuhanu rižu.

Savjet:

Ovo jelo jednako je ukusno pripremljeno i s purećim odrescima.

Vrijeme pripreme: 1 sat



KARIKATURA

PODRAVSKI SURFING



Crta: Ivan Haramija - Hans

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

PODRAVKA, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica

Za izdavača: Vedran Šimunović • Glavni i odgovorni urednik: Branko Peroš • Redakcija lista: Ines Banjanin, Boris Fabijanec, Berislav Godek, Vjekoslav Indir, Mladen Pavković, Branko Peroš, Slavko Petrić, Vedran Šimunović, Nikola Wolf
Grafika priprema i dizajn: Grafička radionica Lider pressa • Naklada: 8.000 primjeraka
Adresa: Ulica Ante Starčevića 32, 48000 Koprivnica • Telefoni: 048/651-505 (urednik), 048/651-503 (novinari)
Faks: 048/621-061 • e-mail: novine@podravka.hr • Tisak: Koprivnička tiskarnica, Koprivnica