



**Gost komentator
u ovom broju naših novina
je doajen hrvatskog
novinarstva
Ante Gavranović
2. str.**



**Rukometašice
Podravke Vegete
u finalu su
europskog
Kupa kupova
7. str.**

U Podravki prvi put primijenjen pilot projekt automatskog prikupljanja podataka s terena pod nazivom Store check

Sustav koji omogućuje trenutno dobivanje podataka s prodajnog mjesta

Piše: **Ines Banjanin**
Snimio: **Nikola Wolf**

U pilot projektu automatskog prikupljanja podataka s terena pod nazivom Store check, koji je u suradnji Marketinga i Informatike započeo 1. ožujka, obuhvaćen je gotovo cjelokupan asortiman Podravkinih proizvoda.

Riječ je o projektu koji je trajao tijekom ožujka, a podrazumijevao je izradu snimalice koje periodički obavlja Marketing za naše proizvode. Osim toga, radit će se i snimalice manjeg opsega koje obuhvaćaju određenu grupu proizvoda.

Store check je prije rađen na način da su se pripremale tabele u Excelu, printali su se papiri u koje je ekipa na licu mjesta unosila podatke. Papiri su se vraćali u Podravku i ponovo ručno unosili u računalo kako bi se takvi podaci mogli obrađivati. Takav način iziskuje puno vremena, a proces je uključivao puno ručnog prekućavanja što je povećavalo vjerojatnost pogreške - rekao je Dario Galinac, direktor službe Nadzor i podrška korisnicima.

Novi način procesa prikupljanja podataka u potpunosti je automatiziran korištenjem suvremenih informatičko - komunikacijskih tehnologija, odnosno pocket PC uređaja koji je opremljen aplikacijom u koju su se podaci s terena izravno unosili. Ta je aplikacija automatski vezana uz server na koji se prenose podaci.

Na taj je način omogućeno izravno slanje podataka s prodajnog mjesta, a nakon što je snimanje završeno podaci su spremni za automatsku obradu. Prikupljeni su podaci također bili automatski obrađivani korištenjem gotovih ili kreiranjem vlastitih izvještaja. Nastavak projekta ovisi o konačnim rezultatima testiranja, a budući da smo izuzetno zadovoljni ovim rješenjem, potrebno je zaokružiti cjelokupnu informatičku infrastrukturu koja stoji iza toga procesa kako bismo bili spremni i na ostalim tržištima na ovaj način prikupljati podatke, a vjerujem da će ta praksa prikupljanja podataka pomoći i drugim službama. Za ovaj smo projekt koristili informatičku infrastrukturu našeg predstavništva u Sloveniji, koji na sličan način rade kreiranje prodajnih naloga, a uskoro će također



Prikupljanje i automatsko slanje podataka s prodajnog mjesta za automatsku obradu pokazalo je na samom početku vrlo dobre rezultate



Edukacije i pripreme za novi način prikupljanja podataka na prodajnim mjestima uspješno su obavljene

započeti sa Store checkom. Sve poslove koje naš putnik odraduje na prodajnom mjestu može raditi putem ovakvog sustava. Novi način snimanja omogućuje i kreiranje vlastitih pitanja za snimalice, tako da možemo sami definirati parametre koje želimo pratiti, a zbog brzine i automatske obrade informacije su dostupne odmah nakon napuštanja prodajnog mjesta - napominje Galinac.

Korištenje ovih tehnologija omogućuje dobivanje niza zanimljivih informacija koje koriste Marketingu i Prodaji, a moguće ih je analizirati po najrazličitijim parametrima.

Najvažnije je da te informacije na vrijeme stižu do osoba odgovornih za pojedino tržište, što je bitno za

pravodobno donošenje odluka. Podatak o stanju proizvoda na polici mora biti pravovremen, odnosno gotovo trenutčan, jer se u protivnom gubi njegov značaj. Također bih istaknuo uspješnu suradnju sa sektorom Unapređenje prodaje jer je Informatika, zahvaljujući njihovim točno definiranim zahtjevima, mogla prepoznati tehnologiju koja im omogućuje jednostavnije i efikasnije odrađivanje postavljenih zadataka.

Prema riječima Dubravke Horvat, menadžerice za edukaciju i UP, projekt je priveden kraju u terminima u kojima je to bilo predviđeno.

Radilo je pet mobilnih timova i obuhvaćene su sve regije, uključujući i otoke. Dnevno se snimalo od osam do 12 prodajnih mjesta. Sama

je ideja potekla iz Unapređenja prodaje, a Informatika je pružila svoju podršku. Osim potpore Informatike, bila je bitna suradnja koja je ostvarena na terenu, gdje su odmah otklonjeni svi uočeni nedostaci. Prošloga je tjedna održana prezentacija pred članovima Uprave, Category timovima i direktorom Marketinga i zaključeno je kako postoji podrška za taj projekt. Slijedi dogovor s direktorima pojedinih tržišta u Hrvatskoj kako bismo zajednički dogovorili na koji će se način odvijati sljedeće snimanje. Budući da nam je ovakav način još uvijek novi, pokušavamo odrediti koja bi vrsta izvještaja bila najkvalitetnija po određenim parametrima, s obzirom na to je li namijenjena category managerima ili Prodaji.

Aktualna tema: Nova previranja na gospodarskoj pozornici

Određuje li trgovina ‘pravila igre’?

Gost-komentator:
Ante Gavranović
urednik “Privrednog vjesnika”

Svjedoci smo kako se posljednjih desetljeća odvijaju snažne koncentracije na svim gospodarskim područjima u svijetu. Praktički, oligopoli postaju modus operandi svjetske ekonomije u svim područjima, pa tako isto i u trgovini. Stoga je temeljno pitanje kako se taj svjetski trend - koji se naravno dogodio i Hrvatskoj, a na koji mi nismo dobro odgovorili, jer nam za taj izazov nisu bile spremne ni lokalne zajednice, ni sami gospodarski subjekti - odrazio na Hrvatsku i kako na njega odgovoriti.

U suštini, u ekonomiji postoje dva bitna katalizatora; jedan je financijski sektor, a drugi je trgovina. U financijskom sektoru krenuli smo putem koji je bio vrlo ekstreman. U jednom trenutku smo išli na partikularizaciju financijskog sektora, a onda smo preko noći (1999.) kapital koncentrirali i prodali. Poznato je kako izgleda danas struktura hrvatskog financijskog sektora: više od 95 posto je u rukama banaka stranog porijekla. One velikim dijelom utječu na usmjeravanje dijela potrošnje, a manje su okrenuti potrebama razvoja ostaloga dijela gospodarstva.

Globalizaciji se ne treba suprotstavljati

Budući da se današnje okruženje najjednostavnije može opisati jednom riječju - globalizacija, a globalizacija se može definirati kao najviši i najsloženiji oblik tržišne aktivnosti, onda je normalno da globalizacija prva dolazi preko trgovine. Naravno, protiv globalizacije se ne može boriti, tom velikom problemu ne mogu se suprotstaviti ni velike i razvijenije zemlje, a kamoli male zemlje kakva je Hrvatska.

Nema ni potrebe, a ni velike koristi suprotstavljati se globalizaciji; jedino se trebalo realno postaviti prema tom izazovu. Trebalo se organizirati prema tim procesima koji globalno djeluju i to na način da uvećavamo pozitivne efekte globalizacije, a da umanjujemo njene negativne efekte. Svoju ulogu morali su u tom pogledu odigrati i pripremiti se sva tri generalna opća subjekta koja djeluju u gospodarstvu - a to su: država, poduzetnici i sindikati.

Iz ovakvog pristupa nameću se odmah i neki jasni zadaci za svakog od sudionika u tom procesu. No, svakako je među njima jedan od najvažnijih poticati trgovinu koja će biti u funkciji razvoja domaće proizvodnje, bez obzira na vlasništvo te trgovine. Trgovina je najbrži put za izlaz na inozemna tržišta pa u tom smislu trgovina može biti za određene segmente privrede i djelatnosti “lokomotiva razvoja”.

Valja se u ovom trenutku podsjetiti i na preporuke bivšeg ministra gospodarstva dr. Ljube Jurčića hrvatskim trgovcima i proizvođačima: “Nemojte zbog kratkoročnog profita dovesti u pitanje vašu dugoročnu održivost. Znamo da dolaze robe iz drugih dijelova svijeta jeftinije, sa čijim poslovanjem možete ostvariti kratkoročno veće profite, ali računajte na to da kupujući robe drugih proizvođača povećavate tuđi dohodak i tuđu kupovnu moć, a ne svojih potrošača. Nemojte žrtvovati budućnost hrvatskog gospodarstva, hrvatske proizvodnje i trgovine zbog kratkoročnog profita”.

Trgovina je danas snažan motor i zamašnjak u pokretanju nove proizvodnje, promotor gospodarske aktivnosti i novog zapošljavanja te postaje djelatnost koja ima sve važniji udio u ukupnom bruto domaćem proizvodu. No, takav razvoj istodobno u sve težu situaciju stavlja proizvođače.

Odsustvo nacionalne strategije razvoja maloprodaje

Analize pokazuju kako je odsustvo nacionalne strategije razvoja maloprodaje stvorilo uvjete i otvorilo prostor za široki ulazak multinacionalnih trgovačkih lanaca u našu zemlju. Pokazalo se da nismo sami bitno utjecali na određivanje prioriteta, već su nam redosljed važnosti problema diktirale banke u stranom vlasništvu. Nažalost, kreatori gospodarske politike su u tom pogledu ozbiljno zakazali, pa je uvozni lobi u hrvatskom gospodarstvu puno snažniji od onoga dijela gospodarstva koje teži jačanju udjela domaće proizvodnje u ukupnim gospodarskim kretanjima.

Još prije nekoliko godina izraženo stajalište Ministarstva gospodarstva “kako se dolazak stranaca ne može zaustaviti, a zaštita malih trgovaca dobiva se lociranjem velikih marketa izvan središta grada” vjerojatno je samo jedan u nizu pokušaja “pranja ruku” u nastaloj situaciji. Država kao argument iznosi i činjenicu da u stranim megamarketima rade naši građani, da će u njima biti plasirana i domaća roba te da će zbog nižih cijena biti zaustavljen odljev kuna na shopping-putovanjima u susjednim zemljama. U tom smislu Vlada sve prepušta tržišnoj utakmici domaćih i stranih takmaca.

Bije se bitka za ‘domaći proizvod’

Međutim, zaboravlja se na važnu činjenicu: bitka za prevlast na domaćem maloprodajnom tržištu svojevrсна je borba i za opstanak domaćih proizvođača. Naime, vrlo je bitno stalno pratiti odnos domaćih i inozemnih proizvođača koji se nude u svim oblicima vele ili maloprodaje u nas. Vrlo je bitno hoće li se, politikom cijena, možda čak i dumpingom istih, pokušati smanjiti domaću, u korist strane proizvodnje i uvoznih artikala. U “ratu cijena” domaći proizvođači ne mogu na dulju stazu konkurirati stranim lancima, koji mogu podnijeti i poslovanje u određenom vremenskom razdoblju bez zarade. Domaći lanci, a osobito mali trgovci, takvu utakmicu ne mogu podnijeti.

Postoji i dodatni problem. U sučeljavanju domaćih i stranih trgovačkih lanaca ne treba računati s posebnom podrškom potrošača, bilo u jednom ili drugom pravcu. Potrošač se u očitoj besparici opredjeljuje eventualno za kvalitetu usluge i, svakako, za nižu cijenu. U ovom trenutku su to jedini elementi koji ga zanimaju.

U tim uvjetima pokušao sam procijeniti bitne probleme koji su mjerodavni za ocjenu stvarnoga stanja u hrvatskom gospodarstvu s posebnim osvrtom na stanje u trgovini. U samom početku razmišljanja odmah sam se opredijelio za temeljnu tezu: živimo u vremenu kad TRGOVINA DIKTIRA (I UGROŽAVA) PROIZVODNJU. Pokušat ću tezu i objasniti.

Koncentracija trgovačkih lanaca uvjetuje i koncentraciju ponude, pa sudbina mnogih, posebno malih proizvođača, uvelike ovisi o pripravnosti lanaca da stave njihove proizvode na police svojih prodajnih mjesta.

Već ulazak Mercantonea, Mercatora,

Bille, Kauflanda, Ipercoopa, a sada i Lidla, najavio je potpuno nove odnose na tržištu i povećao konkurenciju. Od nje su uglavnom profitirali potrošači, jer se popravila (vidno) usluga u najvećem broju trgovina, mnogim su proizvodima smanjene cijene, izbor robe je osjetno širi.

Koncentracija trgovine neminovno nosi sa sobom i koncentraciju ponude, jer upravo trgovina sve više diktira plasmane i odnos prema proizvodnji. Danas se sve češće upire prstom u činjenicu da su trgovački lanci krcati robom stranog porijekla, a sve je manje proizvoda domaćih proizvođača.

Dodatna je (otežavajuća) činjenica da maloprodajni lanci, bez obzira da li su domaći ili strani, ipak uglavnom ‘kupuju’ kondicije, a tek onda proizvode. Neki na to ne pristaju i traže druge kanale plasmana. Drugi opet prihvaćaju. I tu bi analiza pravih odnosa bila izuzetno važna, jer bi otkrila mnoge stvari koje nam sada ostaju prikrivene, a vjerojatno bi smanjila i troškove proizvodnje i distribucije.

Pravo je pitanje hoće li domaće tržište i kreatori makroekonomske politike dozvoliti takvo ponašanje? Zbog toga je od izuzetne važnosti uloga državne inspekcije koja mora nadzirati porijeklo ponuđenih proizvoda, njihov sastav kvalitete, rok trajnosti, odnos cijena na domicilnom i našem tržištu. Ukratko, mora trajno suzbijati monopolističke tendencije, manipulaciju s maržama, odnos prema radnom vremenu u trgovini i sve ono što u nepovoljnom, pa i netržišnom ponašanju prati uspostavljanje novih odnosa na tržištu.

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju Europskoj uniji vodi daljnjom liberalizaciji tržišta. Time se samo pojačavaju pritisci uvoznih proizvoda i želja inozemnih proizvođača i trgovinskih lanaca da ih se u što većoj mjeri plasira i na hrvatskom tržištu. To je proces koji se više i ne može zaustaviti i s kojim sada moramo živjeti. Je li on došao prebrzo i bez realnih promišljanja što ta liberalizacija znači za domaću proizvodnju zasad ostaje otvoreno pitanje.

Mnogi misle da domaća proizvodnja (još) nije spremna prihvatiti bez širih posljedica takav izazov. Mnogi smatraju da su Zakon o zaštiti potrošača i Zakon o trgovini zapravo dokaz nezrelosti domaćih vlasti i odraz velike nebrige za domaću proizvodnju. To, uostalom, i nije neka novost, već samo nastavak procesa dezindustrializacije koji u nas traje punih deset godina.

U tim okvirima uloga domaće proizvodnje u odnosu na trgovinu dolazi u vrlo specifičan i osjetljiv odnos. U prednosti će biti proizvođači koji imaju vlastite kanale distribucije (maloprodaju), dok će se ostali morati dovijati kako u utakmici s jeftinijim stranim proizvođačima osigurati put svojih proizvoda na police trgovačkih lanaca. Jasno, uspjeh tih nastojanja uvelike ovisi i o ponašanju trgovine. Pitanje je hoće li se domaći proizvođači, čak i po tim uvjetima i okolnostima, uspijevati nametnuti trgovačkim lancima (ne dijelimo ih na strane i domaće) odnosno u kojoj će mjeri ti lanci biti pripralni prihvaćati takve proizvode.

Trgovina je postala dominantna gospo-



Doajen hrvatskog novinarstva

Ante Gavranović, rođen 1933. godine, inače pravnik po struci, zlatno je pero i doajen hrvatskog novinarstva, osobito na području praćenja gospodarstva. Puni 50 godina, kao novinar, publicist, autor i urednik brojnih knjiga i monografskih izdanja djelovao je i djeluje ne samo kao objektivan kroničar ekonomskog života nego i kao cijenjeni oblikovatelj stručnog i javnog mnijenja u području gospodarstva. Kao doajen poslovnog novinarstva, stekao je ugled podjednako među gospodarstvenicima, kao i u krugovima mnogih generacija gospodarskih novinara.

Svoju profesionalnu karijeru započeo je i cijeli radni vijek vezao uz Privredni vjesnik u kojem prve članke objavljuje od 1957. Godinama djeluje kao glavni urednik i direktor, a s Privrednim vjesnikom ostaje vezan i nakon formalnog umirovljenja 1991. godine. Svoju ogromnu energiju, znanje, mladenački duh i iskustvo posvećuje cijeli život javnom, društvenom angažmanu kao pokretač ili sudionik brojnih važnih strukovnih i gospodarsko-razvojnih procesa. U dva mandata bio je predsjednik Hrvatskog novinarskog društva, i jedan je od najzaslužnijih što je tom društvu početkom devedesetih vraćena njegova zgrada. I danas u 72. godini je aktivan kao predsjednik Skupštine ICEJ (međunarodnog centra za obrazovanje novinara), predsjednik Udruge novinskih izdavača koja djeluje pri HUP-u. Dobitnik je i brojnih nagrada i odlikovanja za zasluge Njemačke, Koruške, Štajerske i Hrvatske. Dobitnik je i CROMINE nagrade za životno djelo, te nagrade “Otkoar Keršovani” za zasluge u novinarstvu. Tijekom svog radnog vijeka i praćenja gospodarstva često je surađivao s Podravkom, pa je i u povodu 40. godišnjice Podravke primio nagradu “Srebrno srce”.

Otvoren za učenje i trajno prateći europsku i globalnu scenu, svojim je radom znatno pridonio razvoju poslovne kulture poduzetništva i menadžmenta. Gospodarsvom se nije bavio samo kao novinar, već i u praksi, među ostalim, i kao član Uprave Končara d.d. gdje je i sam djelovao kao pionir uspostavljanja profesionalnog dijaloga između poduzeća i javnosti.

darska djelatnost u stvaranju BDP-a. Netko će reći da je to nastavak procesa stvaranja uslužnoga društva i da je to trend u kojem se kreće svjetsko gospodarstvo. ‘Kvaka’ je u tome što je struktura usluga u tim zemljama ipak ponešto drugačija, sa snažnim osloncem na domaću proizvodnju, pa trgovina služi prije svega plasmanu robe domaćih proizvođača. U nas to nije slučaj.

Upravo sve navedene činjenice učvršćuju moje uvjerenje da sudbina domaće proizvodnje ponajviše ovisi o odnosima proizvođača i trgovine. S jedne strane u kojoj će mjeri domaći proizvođači poštivati tržišne odnose: cijenu, kvalitetu, dizajn, rokove isporuke. S druge strane, koliko će trgovina biti spremna podržati takva nastojanja i honorirati ih stvarljanjem tih proizvoda na svoje police.

Ostaje, dakle, da živimo u tim okvirima i da se struka nastoji izboriti za primjereniji status i tretman u ukupnoj gospodarskoj politici. Stoga je upravo na struci da ih uvjeri u potrebu novih odnosa na području trgovine i proizvodnje.

Raste uloga potrošača

Prehrambena industrija ima u cijelom svijetu posebno mjesto među svim industrijskim granama: zapošljava svakako najveći broj radnika i ostvaruje ogromne vrijednosti, a veliki dio stanovništva je vezan uz nju po potrošnji. Istodobno, teško je naći tako široko tržište koje je u pojedinim zemljama toliko saturirano, a s druge strane gdje

glad i bijeda u pojedinim dijelovima svijeta igraju tako veliku ulogu. Tržište prehrambenim proizvodima je sučeljeno i sa činjenicom da udio troškova hrane u porodičnom budžetu u razvijenim zemljama stalno opada i danas se nalazi ispod 25 posto u zemljama EU, pri čemu je u Njemačkoj i u Nizozemskoj otprilike na razini 15 posto.

Promijenjene su, i to bitno, navike potrošača u načinu života i konzumacije. Recimo, Nijemci u prosjeku četiri puta na tjedan jedu izvan kuće, a sve je razvijeniji i kult malih međuobroka. Troškovi jela izvan kuće rastu već na 50 posto ukupne potrošnje za hranu.

Jasno, industrija se mora stalno prilagođavati ovim trendovima. Čini to ponudom novih proizvoda, pa inovacije imaju danas ključnu ulogu u uspješnosti pojedinoga poduzeća. Analize pokazuju da samo njemačka prehrambena industrija na godinu “izbacuje” otprilike 2000 novih proizvoda na tržište.

No, važnije od toga je bila vrlo zanimljiva, na trenutke i vrlo kontradiktorna i iritantna rasprava oko uloge trgovine u odnosu na proizvodnju i obratno. I jedni i drugi priznaju primat potrošača u tim odnosima, ali su svjesni i svoje moderatorske uloge, uloge marketin- ga, utjecaja na potrošača.

Jasno je da i Podravka kao jedna od najvećih hrvatskih prehrambenih kompanija mora voditi računa o tim trendovima, jer će oni određivati položaj svakoga čimbenika, proizvođača i trgovine, u tom složenom i vrlo osjetljivom tržišnom prostoru.

U Zagrebu održan prvi Sajam stipendija u Hrvatskoj

Predstavljena i Zaklada "prof. Zlata Bartl"

Pripremio: **Matija Hlebar**

Prošloga tjedna su svrha i aktivnosti Zaklade "prof. Zlata Bartl" predstavljene na prvom Sajmu stipendija u Hrvatskoj, koji je održan u organizaciji Studentskog informacijskog centra na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Promocija Zaklade studentima i drugim zainteresiranim posjetiteljima bila je interaktivnog karaktera, putem Vegetinog promotivnog štanda i detaljne prezentacije zakladnih aktivnosti (*na slici*). Tijekom dana je promotivne standove izlagača posjetilo mnoštvo studenata s različitih zagrebačkih fakulteta zainteresiranih za dodatne mogućnosti financiranja svojih dodiplomskih i poslijediplomskih studija. Osobit interes studenti su iskazali za stipendije i potpore Zaklade prof. Zlata Bartl, namijenjene promi-

canju i poticanju stvaralačkog i inovativnog znanstveno-istraživačkog rada među visokoobrazovanim mladim ljudima, državljanima Republike Hrvatske, bez obzira na struku i mjesto studiranja. Tom prigodom posjetitelji su imali prilike saznati i da su stipendije i potpore Zaklade namijenjene redovitim studentima dodiplomskih i poslijediplomskih studija s ostvarenim izvrsnim uspjehom u studiju.

Na prvom sajmu stipendija u Hrvatskoj predstavljeno je više od 20 vrsta stipendija i potpora koje su dostupne hrvatskim studentima za studij u Hrvatskoj i u inozemstvu, a posjetitelji sajma su na jednome mjestu mogli saznati sve o stipendijama i uvjetima koji su potrebni da bi se dobila stipendija ili potpora. Osim štandova na kojima su predstavnici institucija i bivši stipendisti davali informacije i savjete, tijekom sajma su održana i predavanja na kojima su detaljno pred-

stavljani pojedini programi stipendiranja. Na sajmu je, uz Zakladu prof. Zlata Bartl, sudjelovalo 15-ak uglednih hrvatskih i inozemnih institucija među kojima i Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa RH, Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija, Nacional s "Top stipendijom za top studente", strana veleposlanstva i strani kulturni centri (veleposlanstva Velike Britanije, Francuske, SAD-a, Austrijski kulturni forum, DAAD i dr.) te predstavnici brojnih tvrtki, zaklada i nevladinih udruga.

Sajam stipendija je dio kampanje "Pravo na obrazovanje" u projektu koji financira Europska unija ("Jačanje demokratskih načela u visokom obrazovanju Hrvatske u cilju uvođenja Hrvatske u Europu znanja"), a u Hrvatskoj ga partnerski provode Studentski informacijski centar u Zagrebu i Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.



Veleposlanik Kraljevine Norveške posjetio tvornicu Vegete

Izvanredni i opunomoćeni veleposlanik Kraljevine Norveške u Republici Hrvatskoj Knut Tøraasen zajedno sa savjetnikom za gospodarstvo Oddbjørn Pettersenom u ponedjeljak 18. travnja posjetio je Koprivnicu. Tom je prigodom u razgovoru s gradonačelnikom Zvonimirom Mršićem upoznat s dosadašnjim razvojem grada i daljnjim razvojnim planovima, a dogovoreni su novi oblici suradnje od obostranog interesa. Prilikom svojeg posjeta veleposlanik Tøraasen obišao je tvornicu Vegete i razgovarao s direktorom sektora Tržište zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Orijenta Ivanom Hegedušom i njegovom pomoćnikom Zvezdanom Šestak te pomoćnikom direktora sektora Proizvodnja I Ivanom Mesarovim (*na slici*). Veleposlanik je zahvalio na gostoprimstvu, izrazio impresioniranost bogatim Podravkinim asortimanom, a naročito ga je zanimalo kako se Hrvatska sprema za predstojeći ulazak u Europsku uniju. Budući da je Podravka svojim asortimanom prisutna u svim skandinavskim zemljama pa tako i Norveškoj, veleposlanik je prepoznao neke od Podravkinih marki poput Lina i Vegete.

I. B.



naša posla

Vegeta najснажњија робна марка у Хрватској и четврта у регији

Piše: **Željko Krušelj**

Ovih se dana Vegeta čak u dva navrata potvrdila ne samo kao vodeća robna marka u Hrvatskoj, već i kao naš najvažniji nacionalni brand u nekoliko susjednih država. Prisjetimo se, tjedan dana ranije objavljeni su rezultati opsežnog istraživanja prepoznatljivosti tvrtki iz domene prehrambene industrije, gdje je Podravka s minimalnom razlikom bila svrstana iza vodećeg Kraša, a ovoga su puta na redu bile konkretne robne marke. Istraživanje tržišta u Hrvatskoj, Sloveniji, BiH i Srbiji, kojim je obuhvaćeno čak 2500 robnih marki iz osamdesetak različitih kategorija robe, zajednički su provele agencije Prizma i CATI na 4000 ispitanika, i to prema međunarodno priznatom modelu ispitivanja. Bitno je pripomenuti da tim ispitivanjem nisu obuhvaćene samo nacionalne robne marke, već i sve internacionalne koje se nalaze na policama trgovina u regiji.

Rezultati su za Vegetu iznimno po-

voljni. U Hrvatskoj je ona prema "brand performance indexu", koji podrazumijeva korištenje, razmatranje, iskustvo i poznavanje robe - suvereno na prvome mjestu. Iza nje su Zvijezda ulje i Franck kava. Prva nehrvatska robna marka je Ariel na četvrtom mjestu, Coca-Cola je na šestom, a Milka na osmom mjestu. Među dvadeset najpoznatijih marki one domaće zauzimaju 15 mjesta, što dovoljno govori o povjerenju kupaca u hrvatsku robu. Usporedbe radi, u tih "top 20" u Srbiji je 13 nacionalnih brandova, u Sloveniji devet, a u BiH samo dva. Uz navedene, u spomenutih 15 dominantnih hrvatskih brandova nalaze se i Zvijezda majoneza, Franck čaj, Gavrilović pašeta, Kisko, Jamnica (gazirana), Domaćica, Margo, Zvijezda margarin, Dorina, Dukat mlijeko, Čarli i Čipi-čips.

Koliko Podravka mora biti zadovoljna gotovo nedodirljivim statusom svoga univerzalnog dodatka jelima, toliko

je uočljivo da u toj "kremlju" hrvatskih robnih marki nema nekog drugog od više stotina Podravkinih proizvoda. S druge strane, na popisu je čak šest brandova koncerna Agrokor, od čega dvije vrste margarina (!), te po dva Franckova i Kraševa. Očito je da bi u tom pogledu bio poželjan veći marketinški angažman koprivničke tvrtke u pogledu afirmacije juha, dječje hrane, gotovih jela, pekmeza, pića ili, primjerice, mesnih preradevina.

Interesantna je i lista robnih marki u cijeloj regiji. Vegeta je tu na četvrtom mjestu, s relativno malim zaostatkom iza prvoga, a to znači da je najbolje plasirana od svih proizvoda iz država u kojima je rađeno istraživanje. Iza nje je na sedmom mjestu slovenska Paloma, na devetom je mjestu srbijanska Grand kava, dok su pri kraju popisa i Fructal voćni sokovi i Crvenka jaffa keksi. Drugih hrvatskih brandova, na žalost, nema na popisu, što dovoljno

govori o našoj izvoznoj strategiji. Na prva su tri mjesta poznate međunarodne marke Milka, Lenor i Coca-Cola.

Drugo priznanje Vegeti stiglo je s internetskog T-portala, jednog od najčitanijih u Hrvatskoj. Tamo je napravljen popis deset hrvatskih naj-izuma u cjelokupnoj nacionalnoj povijesti. Dakako, Vegeta je u tom najelitnijem krugu, s obrazloženjem da se izvozi u više od 40 zemalja svijeta i da je glavni dodatak jelima u srednjoj i istočnoj Europi. Bitna je i činjenica, što se također može iščitati iz priče o najizumima, da je Podravka znala i lansirati i očuvati tu svoju robnu marku, što se nije dogodilo s nekim drugim izumima. Primjera radi, hrvatski izumitelj David Schwartz je prodao svoj patent letjelice s metalnom konstrukcijom Ferdinandu Zeppelinu, koji ju je nazvao po svojem prezimenu i tako učinio važni korak u razvoju svjetskog zrakoplovstva.

U novije je vrijeme mladi zagrebački izumitelj Tomislav Uzelac osmislio prvi MP3 player, danas nezamjenjiv u muzičkoj industriji, ali mu je jedna poznata američka tvrtka navodno preotela patent, zbog čega je došlo i do sudskog spora. Naposljetku, Slavoljub Penkala, izumitelj mehaničke olovke i nalivpera, nije u međuratnom razdoblju uspio u dovoljnoj mjeri zaštititi svoje izume, tako da su primat u proizvodnji pisaceg pribora ubrzo preuzele druge tvrtke. O tome da su praktično svi izumi vezani uz izmjeničnu struju i elektricitet doslovno pokradeni od genijalnog Nikole Tesle ne treba ni govoriti.

Na popisu T-portala su i otkrića padobrana Fausta Vrančića, torpeda Ivana Lupisa, kravate hrvatskih vojnika iz 17. stoljeća, džepne lampe Mag-Lite Anthonyja Maglice, kao i Sumamed iz zagrebačke Plive, uz Vegetu jedini svjetski proizvod koji je i nadalje u vlasništvu hrvatske tvrtke.

Liječnici i farmaceuti iz Srbije posjetili su 15. travnja tvornicu Belupo

Kvalitetni lijekovi i stručnjaci Belupa predstavljaju temelj za uspjeh na srpskom tržištu

Piše: **Boris Fabijane**
Snimio: **Nikola Wolf**

U organizaciji Belupovog beogradskog predstavništva i tamošnjeg direktora Vladimira Martinage te direktora tržišta jugoistočne Europe Ivana Kragića, Belupovu tvornicu krema, masti i gelova te krutih lijekova u Koprivnici posjetilo je 80-ak farmaceuta i liječnika iz Srbije. Goste je pozdravio član Uprave Belupa Stanislav Biondić te ih tom prilikom upoznao s poviješću i razvojnim pravcima Podravkine farmaceutске tvrtke. Također, istaknuo je kako 900 zaposlenih u Belupu ostvaruje 80 posto prihoda na hrvatskom tržištu, ali da je dugoročna poslovna intencija Belupa širenje na inozemnim tržištima, gdje se puno očekuje od tržišta bivše Jugoslavije. Uz to, Belupo odlično surađuje s brojnim svjetskim farmaceutskim kompanijama te je sa svojim tehnološkim kapacitetima osposobljen za sva svjetska tržišta.

Nakon pozdravnih riječi Stanislava Biondića, Vladimira Martinage i Ivana Kragića, gostima je mr. ph. Katica Vugrinčić Tomićić iz Hrvatske farmaceutске komore govorila o farmaceutskoj regulativi u Hrvatskoj koja je propisana Zakonom o ljekarništvu. Product manager Strateškog marketinga Belupa dr. Nevenka Urošević goste je pak detaljno upoznala s jednim od najpoznatijih lijekova Belupa - Olicardom. Nakon toga, liječnici i farmaceuti iz Srbije razgledali su Belupovu tvornicu te su imali prilike vidjeti kako se lijekovi i preparati koje oni kupuju od Belupa proizvode po najstrožim svjetskim normama dobre proizvođačke prakse.

Što zapravo za Belupo znači srbijansko tržište? Naime, predstavništvo Belupa u Beogradu je osnovano 24. prosinca 2000. godine. Od tada pa sve do danas konstantno se bilježe sve veći prodajni rezultati. Posebno je uspješna bila prošla godina u kojoj 10 zaposlenih Belupovaca u Srbiji i njihov direktor Vladimir Martinaga ostvaruju dvostruko veće prihode u odnosu na 2003. godinu.

- Upravo ovakvo druženje i posjeta srpskih liječnika i farmaceuta Belupu podiže status i imidž našoj tvrtki jer su ljudi imali prilike razgledati naše proizvodne, logističke i razvojne komplekse, što ih je impresioniralo i oni su sada uvjereni da se u svim fazama proizvodnje ugrađuje kvaliteta u gotov lijek. Ovo je druga grupa farmaceuta i liječnika koja je posjetila Belupo i nadam se da će ovakav način komuniciranja s njima postati tradicionalan, jer je to oblik marketinškog potvrđivanja koji pokazuje rezultate. Belupo ima dobre odnose sa srpskom Agencijom za lijekove i tamošnjim Ministarstvom zdravlja, pratimo sve njihove propise i imamo dojam da se mnoge stvari kod njih preslikavaju iz hrvatske prakse - rekao nam je Vladimir Martinaga.

Gosti impresionirani Belupom

A o rezultatima prodaje lijekova u Srbiji direktor Prodaje Belupa Srbija dr. Milovan Rosić je rekao:

- Prošlu godinu smo završili u plusu prema zadanim planovima, čak smo plan i prebacili. Takav trend nastavljamo i u prvom kvartalu ove godine, a uz dodatne napore svih Belupovaca u Srbiji pokušat ćemo i ovogodišnji, prilično ambiciozan plan prebaciti. No, moram naglasiti da je u Srbiji od 1. siječnja ove godine uveden PDV i on je napravio veliki udar na tržištu. Uz to, od 1. veljače je i nova pozitivna lista s novim načinom participacije,

do sada neprimjenjivanim, gdje su se državne apoteke morale 20-ak dana prilagodavati, a šlag na kraju je limitiranje uvoznih lijekova u Srbiji. Unatoč svim tim velikim udarima, uspjeli smo izgurati naše planove i uspostaviti trendove rasta.

Nakon obilaska Belupa srpski liječnici i farmaceuti imali su prigode razgledati hlebinsku Galeriju te glavni koprivnički trg. Navečer je za njih pripremljena večera i druženje na kojemu se još jednom gostima za uspješnu poslovnu suradnju i nadom za još boljom zahvalio Ivan Kragić. Tijekom idućeg dana ljubazni domaćini su za goste iz Srbije organizirali razgledavanje okolice Koprivnice te ručak u prirodi. O impresijama iz Koprivnice srpski gosti kažu:

Mr. Vladimir Gravara, direktor Jugohemije - Farmacije:

- Prvi puta sam u Koprivnici i Belupu i mogu vam reći da je sve vrlo impresivno. Opći je dojama sviju nas takav i dobili smo puno povjerenje u proizvode Belupa. Što se pak tiče naše tvrtke, želja nam je bila, s obzirom na kvalitetan rast vašeg Predstavništva u Beogradu, odnosno kvalitetnog rada vaših suradnika na terenu, da proizvodi Belupa budu među prvima uvršteni u proizvode, odnosno proizvođače s kojima ćemo ostvariti suradnju. Belupo je na to sve vrlo brzo i profesionalno reagirao.

Mr. ph. Radmila Radenković, Apotekarska ustanova Beograd:

- Moram priznati da sam fascinirana.

Čula sam priču o Belupu, kako je kod vas sve sređeno, sve je tip-top. Mislila sam da to nema realne osnove, ali kada sam sve to vidjela, shvatila sam kako je Belupo europska, svjetska tvrtka, nekoliko koraka ispred nas. Što se pak tiče Koprivnice i Podravine, očekivala sam da ću doći u jedan simpatičan, mali i čisti gradić kao što je Koprivnica i nisam se prevarila. Također, ovdje su ljudi vrlo simpatični i gostoljubivi. U svakom slučaju, zadovoljstvo je što postoje takve tvornice, jer to garantira kvalitetne lijekove za naše pacijente. Govoreći pak o suradnicima Belupa u Srbiji, oni su vrlo korektni, stručni i nenametljivi te za mene najvažnije - vrlo srdačni.

Doc. dr. Dejan Sakač, Institut za kardiovaskularne bolesti Sremska Kamenica:

- Po mojim saznanjima sve kolege u ovoj grupi su oduševljeni izgledom tvornice. Vrlo detaljno smo upoznati s načinom proizvodnje lijekova koji prema riječima naših domaćina u potpunosti odgovaraju standardima koje je propisala Europska unija. Svi smo jako zadovoljni, a ujedno ovo je bila prilika da se i mi svi međusobno upoznamo i zbližimo. Sve u svemu, ovo je jedno vrlo uspješno druženje, a i vrijeme nas je poslužilo. Što se pak tiče suradnje mogega instituta i Belupa u Srbiji, moram naglasiti da je ona na visokom, profesionalnom nivou. Imate vrlo dobre i simpatične djelatnike vaše tvrtke u Srbiji.



Zajednička fotografija ispred Belupa

Predstavljamo naše partnere:

Rivijera d.d. Šibenik - prepoznatljiva tradicija i kvaliteta

Rivijera d.d. sa sjedištem u Šibeniku jedna je od najstarijih i vodećih turističkih tvrtki ovog područja s razvijenim segmentom hotelijerstva, kongresnog turizma, campiniga te sporta i rekreacije.

Šibensko-kninska županija, smještena na području srednje Dalmacije, odlikuje se ljepotom svojih krajolika i bogatstvom kulturno - povijesnih spomenika, a na njezinom području smještena su dva nacionalna parka: Krka i Kornati.

Rivijera d.d. u svome sastavu ima sljedeće objekte:

Hotel Imperial Vodice (*)**, smješten u Vodicama - turističkom biseru šibenske rivijere (na slici). Izgrađen je u parku autohtone flore uz prekrasnu plažu. Hotel raspolaže sa 400 soba od kojih polovica grijanih i klimatiziranih. U svome sastavu ima zatvoreni i otvoreni bazen, fitness centar sa solarijem i

saunom, te sportsko rekreacijski centar. U sklopu kompleksa hotela Imperial nalaze se niz vila te autokamp.

Hotel Miran (*)** smješten je u mirnom zaljevu, tik do turističkog mjesta Pirovca, kapaciteta 80 soba. Pored hotela nalazi se apartmansko naselje s 28 kućica te autokamp. U sastavu hotelskog kompleksa Miran je otvoreni bazen i sportski centar.

Gradski **hotel Jadran (***)** u Šibeniku smješten je na samoj obali grada nadomak Katedrale Sv. Jakova. Idealan je izbor za poslovne ljude, ali i turiste iz cijeloga svijeta.

Zabavljajući odličnoj dugogodišnjoj suradnji s Podravkom, gdje smo obostrano upoznali tradiciju i kvalitetu, svim djelatnicima Podravke ćemo za ovu sezonu 2005. na hotelski smještaj od minimalno pet dana odobriti 20% popusta na naše službene cijene!

Rivijera d.d.
V. Nazora 53, 22000 Šibenik
Sektor prodaje
telefoni 022/454-437; 454-436
fax: 022/442 611
e-mail: rivijera@si.htnet.hr



Podravkin periskop



Mirisni marketing!

Pripremio: **Vlado Markota**,
Sektor za strateški razvoj

Otkada je mobilni lanac kafića World Coffee počeo koristiti mirisni marketing u Poljskoj, prodaja kave mu je porasla oko 40 %. Miris "Bečka kava", odabrana iz palete ConSensus Technology mješavina mirisa, koristila se na dva nivoa: kao mirisni poziv da se uđe u kafić, te kao dio ukupne slike kafića, dajući mu jedinstvenu atmosferu.

Mirisni marketing nije samo "fina aroma". On također mora biti primjeren okolnostima. Gotovo nezamjetno, on može stimulirati, buditi sjećanja i upravljati željama. Miris u kancelarijama može poboljšati koncentraciju zaposlenika i povećati njihovu efikasnost. U liječničkim ordinacijama mirisi mogu reducirati stres i opuštanje, dok u trgovačkim centrima mirisi u području blagajni mogu povećati vjerojatnost impulsne kupnje robe koja je tamo izložena.

Prema mišljenjima neurologa, svi mirisni impulsi odlaze direktno u dio živčanog sustava za upravljanje ponašanjem, gdje ih registrira naša podsvijest. To je tamo gdje se odlučuje o svemu onome što nam se sviđa ili ne sviđa, gdje se stvaraju asocijacije i emocije. Profesorica s Drezdenskog sveučilišta Anja Stöhr je dokazala da mirisni marketing može uzrokovati povećanje prodaje 6 %, da može povećati vrijeme boravka u trgovini za 15,9 % kao i povećati spremnost na kupnju za 14,8 %.

Neke kompanije su već prije dosta vremena, ne svojom voljom, kreirale svoj mirisni logo. Neki potrošači, od kojih se tražilo da pomirishu vaniliju, spomenuli su asocijaciju na puder za djecu, ali također i ime proizvođača tog pudera: Borotalco. U Francuskoj miris drveta cedra je budio uspomene na Crayola bojice. Uobičajeni miris nekog proizvoda može automatski postati mirisni logo marke.

Mirisni logo se može koristiti na papiru, tkanini, koži itd., a može ga se i u spreju raspršiti po nekoj prostoriji. Raspršivanjem mirisnog spreja za vrijeme nekog kulturnog ili sportskih događaja, sponzoriranog od strane neke kompanije, može rezultirati našim pozitivnim reakcijama na istu aromu, koju ćemo prepoznati u nekoj trgovini, a koja je, naravno, povezana s proizvodima spomenute kompanije.

Ako se ostvari i nedavno prijavljeni patent kompanije Sony povezan s direktnim utjecajem na mozak, poput onog u poznatoj trilogiji filmova Matrix, tko zna što nas još čeka. Možda ćemo uz pomoć nove tehnologije u bliskoj budućnosti jesti suhi kruh, a naš će mozak misliti da smo na nekoj fešti s pet predjela i tri glavna jela, "uživajući" pri tome u svim njihovim mirisima i okusima. Bilo kako bilo, meni mirisni marketing ipak miriše na nekakav napredak, pa neka ga, ako ništa drugo, bar ljepše miriše od običnog marketinga.

Novi Podravkini proizvodi

Pita mađarica i medena pita - nove zamrznute gotove slastice



Ovih dana na tržište Hrvatske lansirane su dvije nove gotove zamrznute slastice pod markom **Podravka Dolcela - Pita mađarica i Medena pita**. Podravka Dolcela Pita mađarica i Podravka Dolcela Medena pita su gotove slastice koje nije potrebno peći - potrebno ih je samo ostaviti da se odmrznu te poslužiti.

Podravka Dolcela - Pita mađarica, kutija 500 g - brzo zamrznuti kolač od prhkog tijesta s nadjevom okusa čokolade - tradicionalna je slastica sjeverne Hrvatske, s čokoladnim nadjevom izdašnog okusa.

Podravka Dolcela Medena pita, kutija 500 g - brzo zamrznuti kolač od prhkog tijesta s dodatkom meda i nadjevom okusa vanilije - to je profinjena i popularna slastica kojoj posebnu draž daje slatki aromatični okus meda u kombinaciji s vanilin kremom.

Gotove zamrznute slastice samo izvadite iz kutije te ih nakon 40 minuta narežite i ostavite neka se do kraja odmrznu na sobnoj temperaturi ili u hladnjaku. Ako pite ne želite konzumirati cijele, narezane komade odmrznite, a ostatak dalje možete čuvati zamrznut do datuma otisnutog na pakovanju (rok trajnosti je 1 godina). Dizajn kutije novih Podravka Dolcela pita u skladu je s dizajnom ambalaže Dolcela proizvoda.

U objema Podravka Dolcela slasticama možete vrlo jednostavno uživati, samo ih odmrznite, a slobodno vrijeme posvetite sebi, svojoj obitelji i onome što volite.

Dolcela - slatki dodir fantazije!
Romana Zlatar-Vulić
product manager
Marketing - Zamrznuti proizvodi

Još jedan uspješan Gastro show

Uz Podravku protiv mina kuhali Ivana Brkljačić i Anton Kovačev

Da vrhunska sportašica i ugledni bankar mogu stvoriti odlični kuharski tim potvrdio je Gastro show "Kuhačom protiv mina" u kojem su ovog utorka gostovali Ivana Brkljačić i Anton Kovačev (na slici). Mlada kladivašica, koja odnedavno ponosno drži hrvatski rekord od 71 metra, i predsjednik Uprave HBOR-a, koji ovu zahtjevnu funkciju obnaša čak 12 godina, miksali su kreme, pohali odreske, kao pravi stručnjaci da bi gostima koji su ispunili restoran Obrtničkog doma u Zagrebu ponudili odličnu večeru - gazdin odrezak s prilogom od Podravkine riže i medenu pitu. Doduše, pri ruci su im bili i «pomagači» dečki iz mariachi sastava El Nino i Podravkin promotor kulinarnstva Ivan Curić, ali to ne umanjuje njihovu ulogu u pripremi specijaliteta koji su lijepo izgledali i pasali nepametima. Poseban pljesak dobio je Aton Kovačev koji je dokazao da mu uz bankarstvo i kuhanje ide i pjevanje, podigavši izvođenjem pjesme "Vela Luka" atmosferu gotovo do usijanja. Svojom interpretacijom hrvatskih predsjednika ponovo je oduševio zagrebački imitator Denis Bašić, a da se cjelokupno događanje kojem je cilj prikupljanje sredstava za razminiranje Hrvatske pretvori u nezaboravno svojom su virtuoznošću i temperamentom doprinijeli i glazbenici iz sastava El Nino, odreda akademskog obrazovanja.

J. L.



Dobrovoljno davanje krvi

U veljači i ožujku krv dalo 126 Podravkaša

U protekla dva mjeseca krv su dali: Predrag Babić, Tomislav Banek, Drago Banović, Danijel Baruškin, Josip Bauman, Ivan Bebek, Josip Bednaić, Hrvoje Biluš, Vjekoslav Blatarić, Vladimir Blatarić, Josip Blažek, Ivica Bosman, Kruno Botko, Slavko Bračko, Davor Buljan, Marijan Buzina, Ivan Cvrtila, Davor Čajkulić, Josip Čordaš, Zoran Damjanić, Stjepan Divjak, Dragan Dolenec, Vladimir Dukarić, Ivan

Ernečić, Mario Ferenčić, Ivica Fičko, Božidar Flis, Zlatko Forgač, Zlatko Friščić, Eleuterij Fuker, Stjepan Fulir, Dario Galinec, Mladen Gašpar, Damir Gašparić, Slavko Gašparić, Zlatko Gaži, Dragutin Golubić, Ivan Grđan, Damir Hajster, Josip Hrastić, Stanislav Hrenić, Zoran Hrenić, Zlatko Husnjak, Božidar Husnjak, Mladen Iveković, Zdravko Jakupić, Branko Jambrović, Davor Jarnjak, Biserka Jurić, Marijan

Jušić, Boško Kalinić, Marijan Kefelja, Zlatko Kišiček, Damir Klančar, Ratko Knežević, Stjepan Kodrić, Božidar Korenjak, Marijan Korenjak, Branko Korošec, Tomislav Kovaček, Dalibor Kovačić, Mario Kovačić, Marinko Krtnjek, Vjekoslav Kuharić, Dragec Kunić, Anica Ledinski, Martin Ljubić, Tomislav Magaš, Damir Martinčić, Krešimir Matijašić, Alen Mihalić, Đuro Mihoci, Lidija Mikulec, Željko Modec,

Milan Mojčec, Josip Mrzlečki, Siniša Nežić, Dubravko Operman, Željko Oroš, Nevenka Pačandi, Dario Pavešić, Damir Pavleković, Đuro Pavliček, Josip Pavlinić, Kristijan Perika, Danijel Perošić, Ivan Perušić, Ivan Peti, Želimir Plantak, Damir Posavec, Zdravko Posavec, Zlatko Potroško, Zvonimir Prepelić, Ivica Prikaski, Željko Prvčić, Ivan Rac, Mario Radić, Kruno Raić, Tihomir Rašan, Miroslav Restek, Želimir Resto-

vić, Zlatko Rušak, Željko Sedlar, Stjepan Seretin, Nenad Sinjerec, Miroslav Sosa, Branko Stanin, Zvonimir Stanin, Ranko Šegerc, Stjepan Šegović, Josip Široki, Antun Talan, Vladimir Tkalec, Ninoslav Tomašek, Damir Varga, Slavko Vargović, Božidar Vedriš, Milan Vidović, Miroslav Virag, Damir Virovec, Josip Vrban, Stjepan Vrbanić, Hrvoje Vrček, Dragutin Vujčec, Željko Vuljak i Zoran Zebec.

Moj hobi
Dražen Kraljić, recepcioner

Nogometni trener s recepcije

Bio je i na istočnoj i na zapadnoj Podravkinoj porti, a zadnjih sedam godina je na glavnom Podravkinom ulazu - na recepciji. Predstavljamo recepcionera Dražena Kraljića, razgovaramo o njegovom poslu i o njegovom hobiju.

- Moj posao, kao i portirski, traži ozbiljnost u ophođenju s ljudima i odgovornost, jer kroz recepciju ljudi doživljavaju prvi pogled u Podravku. Ni ovdje, a ni prije nisam imao nikakvih problema s tim da

ovdje imamo više mogućnosti komunicirati s gostima i posjetiteljima Podravke. Ima raznih ljudi, ali sve funkcionira u normalnim okvirima. Iskreno ću reći da su žene ljubaznije u komuniciranju ili se to kolegi i meni samo čini. Možda je obratno bilo kada su recepcionerke bile žene...

U Podravki je recepcioner, a u slobodno vrijeme hobi mu je nogomet. Krenuo je negdje 77. u pionirima drnjanskog Borca, preko ju-



niora došao do prvog sastava, da bi najveći igrački domet zabilježio kada je bio na "privremenom radu" u legradskom Graničaru plasmanom u treću ligu. Igrao je na mjestu desnog bočnog, a obožavao je Zlatka Vujovića, nogometaša Hajduka za koji i navija od malih nogu. Odnedavno je trener NK Tomislava iz Drnja. Mlada ekipa, sredina Prve županijske lige i ozbiljne trenerske obveze. U tjednu tri treninga i utakmica. Tomislav Ivić primjer mu je sportskog učitelja, a osobno smatra da trener nogometa ne može biti onaj tko ga nije igrao.

Ovaj 38-godišnji Drnjančan nije samo vješt na recepciji i zelenom

travnjaku, već se jednako uspješno nosi i sa sindikalnim pitanjima. Sindikalni je povjerenik Zastite i nadzora.

- Nije baš najbolje da u Podravki postoje tri sindikalne organizacije, jer se na taj način "otupljuje" djelovanje, premda su Podravkini sindikati u biti jedinstveni u svojim ciljevima, ali i jednako nemoćni. Možda bi bilo bolje da djeluje jedan sindikat. Osnovno što bi trebalo učiniti u Podravki je povećati plaće radnicima. To poglavito zaslužuju oni koji rade u pogonima, a posebno žene. Prostora za porast plaća sigurno ima - napominje Dražen Kraljić.

U čast poginulim policajcima u Domovinskom ratu

Predstavljena knjiga “Koprivnički policajci”

U utorak je pred prepunom dvoranom koprivničke Vjenčaone održano predstavljanje knjige “Koprivnički policajci”, koju je priredio i uredio Mladen Pavković. Riječ je o knjizi koja donosi kraće životopise 26 poginulih, nestalih i umrlih policajaca u vrijeme Domovinskog rata s našeg područja.

- To je tek mali doprinos ili bolje rečeno naš skromni dug prema ljudima koji su bili prvi kad je trebalo - kazao je Pavković.

Osim autora knjige, prije svega o doprinosu hrvatske policije za vrijeme srpske agresije, još su govorili i Damir Polančec, dopredsjednik hrvatske Vlade, Ivica Franić, ravnatelj policije, Dragutin Vurnek, načelnik Policijske uprave koprivničko - križevačke, Zlatko Mehun, načelnik Odjela za odnose s javnošću i glasnogovornik MUP-a i Krešimir Papac, bivši načelnik Policijske uprave koprivničko - križevačke.

- Ova nam knjiga otkriva tko su zapravo bili junaci Domovinskoga rata - rekao je dopredsjednik hrvatske Vlade Damir Polančec.

- Njihova imena, nažalost, neće te naći u enciklopedijama, ali oni

zaslužuju da se i tamo nađu, tim prije što bez njih ne bi bilo ni hrvatske države. Podravkina Udruga naprosto ne dozvoljava da se zaborave svi ti ljudi, a njihova gesla poput “Bili su prvi kad je trebalo” dobro su poznata diljem Hrvatske. Vjerujem da će nas Pavković uskoro ponovno obradovati nekom novom knjigom, a do sad ih je objavio pedesetak. Moram vam prenijeti i pozdrave predsjednika Vlade dr. Ive Sanadera, koji zajedno s nama čini sve da se pomogne ljudima koji su najviše

zaslužni za stvaranje Hrvatske.

Predstavljanju knjige bio je nazočan i veliki broj članova obitelji poginulih koprivničkih policajaca, ali i predstavnici Udruga proizašlih iz Domovinskoga rata.

U glazbenom dijelu programa s nekoliko prigodnim pjesama predstavio se i Mješoviti zbor KUD-a Podravka pod ravnanjem Ivice Martinčevića.

Knjigu je likovno opremila Vanesa Grgić, a izašla je u nakladi Alineje d.o.o. (Udruge branitelja Podravke).



S promocije knjige “Koprivnički policajci” (snimio: N. Wolf)

Dvorana “Domoljub”

Koncert za Zrinsko - frankopanski dan

Tradicionalni koncert u spomen na naše velikane Petra Zrinskog i Krstu Frankopana održat će se u koprivničkom “Domoljubu” u četvr-

tak 28. travnja s početkom u 19 sati.

Ove godine u programu sudjeluju sopranistica Ivana Krajina i klaviristica Lana Bradić. Izvodit će pjesme i

arije I. pl. Zajca, D. Pejačević, S. Rahmanjinova, L. Delibesa, J. Masseneta, F. Lehara, G. Puccinia, Ch. Gounoda. Ulaz na koncert je slobodan.

Liječnik za vas

Mlijeko nije samo za djecu

Piše: **dr. Ivo Belan**

Mnogi odrasli muškarci ne piju mlijeko. Oni misle da ga ne trebaju i odlučuju se za drugo piće. Neki muškarci pogrešno misle da sva mlijeka sadrže puno masnoća ili misle da je kalcij samo za žene. Drugi jednostavno smatraju da je mlijeko stvar za djecu. Međutim, nikad se ne prerastu “godine mlijeka”! kosti trebaju stalnu opskrbu kalcijem za svoju snagu. Čak i nakon što nagli rast završi u mladenaštvu, kosti nastavljaju rasti “unutar” sebe sve do dobi oko 35 godina. Dok je čovjek mlad potrebno je “napuniti” kosti kalcijem što je više moguće, kako bi se ublažio gubitak koštane mase koji se događa kako čovjek stari. Stvarati gustu koštanu masu osigurava snagu i pomaže održavati čvrte kosti kasnije u životu.

Mlijeko pruža brojne koristi. Ustvari, ni jedno drugo piće ne sadrži više hranjivih tvari po jednoj kaloriji. Što se tiče kalcija, mlijeko je jedno od najboljih izvora tog minerala, važnog za izgradnju kosti. A možda gubite kalcij svakog dana. Taj gubitak je čak i veći u fizički aktivnih ljudi. Pijenjem mlijeka iznova punite organizam s kalcijem,

tako da ga ne morate uzimati iz svojih kostiju. Međutim, kosti morate zaštititi i na druge načine: redovnom tjelovježbom, prestankom pušenja i izbjegavanjem većih količina alkoholnih pića.

Osteoporoza nije samo bolest žena. Procjenjuje se da je jedan od pet oboljelih od osteoporoze - muškarac. Dok žene u godinama nakon menopauze brzo gube koštanu mastu, muškarci također gube gustoću kostiju kako stare. Također, smanjuje se i resorpcija kalcija. Najbolje “liječenje” za lomljive, šupljikave kosti je prevencija. Odgovarajući unos kalcija u organizam, redovna tjelovježba i zdrave životne navike, od djetinjstva pa nadalje, su osnovne mjere kako bi se osiguralo da tijelo ima dovoljno koštanog tkiva iz kojeg će se moći crpsti kasnije u životu. Brojni su razlozi da se pije mlijeko. Svaka čaša mlijeka puna je kalcija, a svaka stanica ili organ u tijelu je na neki način ovisan o kalciju kako bi normalno funkcionirao. Osim toga, mlijeko je bogat izvor osam drugih osnovnih tvari (vitamina A, kalija, bjelancevina, vitamina D, vitamina B₂, vitamina B₁₂, nijacina i fosfora).

Ako ste u fazi drastičnog reduciranja masti iz svoje hrane, nemojte

doći u iskušenje da u potpunosti odstranite mlijeko. Obrano mlijeko i mlijeko s jedan posto masnoće su idealne opcije. To su i opcije koje preporučuje Američka udruga za srce, tvrdeći da je to jedan od dobrih načina da se masnoće i zasićene masnoće u hrani drže pod kontrolom. Obrano mlijeko je bez masnoća i sadrži samo 80 kalorija u četvrt litre. Valja naglasiti da bez obzira koje mlijeko izaberete, ono sadrži istu količinu kalcija i drugih hranjivih tvari. Jedina razlika je u masnoćama i kalorijama. Nekoliko je istraživanja ukazalo da unositi u organizam dovoljno kalcija može pomoći i u smanjenju rizika oboljenja od povišenog krvnog tlaka.

Sa 8 grama visoko kvalitetnih bjelancevina, 12 grama ugljikohidrata i oko 90 posto sadržaja vode, čaša mlijeka će pomoći da budete dobro hidrirani i opskrbljeni “gorivom” za fizičku aktivnost. I sa svojim znatnim sadržajem proteina, vitamina i minerala, mlijeko može pomoći da se ponovo obnovi tjelesna energetska zaliha nakon neke fizičke aktivnosti, tjelovježbe itd.

Uz sve spomenuto, mlijeko je još i ukusno piće koje se dobro uklapa recimo s dobrim sendvičem ili samo kao napitak.

Izložba slika Zlatka Štrfičeka u Bakovčicama

U ponedjeljak 18. travnja u Bakovčicama se pred mnogobrojnom publikom i prijateljima samostalnom izložbom slika predstavio član Likovne sekcije Podravke Zlatko Štrfiček (*na slici*). Zlatko je sljedbenik poznate Hlebinske škole naivnog slikarstva, a do sada je izlagao na više od 250 skupnih izložbi u zemlji i u inozemstvu. Jedan je od najmlađih osnivača Likovne sekcije “Podravka 72”, veoma je aktivan član, koji se uvijek odaziva na humanitarne akcije, a često im je i sam organizator. Bio je u dva mandata i predsjednik Likovne sekcije Podravke. Zlatku je ovo 21. samostalna izložba, na kojoj je izloženo 26 djela, uglavnom ulja na staklu, na platnu i na kartonu, prepoznatljivog naivnog stila, na kojima dominira plavi kolorit. Teme su raznolike i uglavnom ruralnog sadržaja. U predgovoru kataloga prof. Zoran Homen ističe: “Onaj tko se može prisjetiti života četrdesetak godina unazad s lakoćom razabire što je to idilično. To nam može biti selo u zimi, doživljaj svitanja, radost branja, prvoga cvijeća, prisjećanje na putujuće zabavljače ili nezaobilazne ribiče na Dravi, zvjezdare-čestitare ili prikupljanja drva u šumi. Idilični prizori su oni koje bismo zaista željeli vidjeti, a njih više, nažalost, nema. Ta poetika, svojstvena naivnom slikarstvu podravskog kruga, povlači se kao potka i u slikarskom svijetu Zlatka Štrfičeka.”

Izložbu je otvorio Zoran Homen, a prisutnima se prigodnim riječima obratio i župan Koprivničko-križevačke županije Josip Friščić. Uz izložbu, u Bakovčicama su svoju knjigu pod nazivom “Doprinos braće Radić hrvatskoj pedagogiji i školstvu” predstavili znanstvenici pedagoške struke prof. dr. Vladimir Strugar i prof. dr. Valentin Puževski. Zanimljiva knjiga mogla se kupiti po prigodnoj cijeni.

N. Z. L.



Obavijesti

Podjela svježeg i smrznutog programa mesa

Odjel Prigodne prodaje obavještava radnike Podravke koji su naručili svježe meso i smrznuti program Danice da će podjela biti 28. 4. 2005. u dvorištu Galantpleta, Kolodvorska 1 od 13,30 do 15,30 sati.

Prodaja deterdženata

Odjel Prigodne prodaje organizira za radnike Podravka prodaju deterdženata proizvođača Saponia - Osijek, uz mogućnost plaćanja na 3 rate putem ustega na plaći i to:

- a) Deterdžent Faks aquamarine, pakiranje 10 kg, cijena 95,16 kn/pakiranje
- b) Deterdžent Rubel, pakiranje 10 kg, cijena 85,40 kn/pakiranje
- c) Omekšivač Ornel, pakiranje 5 litara, cijena 35,38 kn/pakiranje
- d) Deterdžent za strojno pranje posuđa Likvi automat tabs 16/1, pakiranje 352 g, cijena 24,40 kn/pakiranje

Zainteresirani radnici mogu se predbilježiti najkasnije do 28. 4. na telefone 651-781 i 651-954 ili na e mail: marijan.slukic@podravka.hr

Jelovnik

- | | |
|----------------------------|--|
| 25. 4. ponedjeljak: | - Varivo podravski grah, kobasica, salata |
| 26. 4. utorak: | - Samoborski kotlet, krumpir pire, salata |
| 27. 4. srijeda: | - Varivo mahune, rolana lopatica, kolač |
| 28. 4. četvrtak: | - Pečeni pureći zabatak, hajdinska kaša, salata |
| 29. 4. petak: | - Umak bolognese, špageti, salata |

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

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

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

Sport

Europski Kup kupova - 2. utakmica polufinala

Podravkašice u finalu!

Nakon gotovo deset godina rukometašice Podravke Vegete uspjele su izboriti finale jednog europskog natjecanja i to na jedan vrlo superioran način, pokazavši Njemicama kako se igra moderan, lepršav rukomet. Oko 1.700 gledatelja uživalo je u koprivničkoj Sportskoj dvorani u bravurama domaćih rukometašica.

Utakmica je počela furiozno i Podravkašice već u 11. minuti vode 7:1, potom u 14. minuti 10:3, a u tome razdoblju obol utakmici daje Barbara Stančin sa dva obranjena sedmerca. Do kraja utakmice Barbara bilježi ukupno 11 obrana uz 4 obranjena sedmerca. Njemice su bile slomljene, a lukavi koprivnički strateg Josip Šojat našao je lijeka, kao uostalom i u prvoj utakmici. Ključ uspjeha je dobra i agresivna obrana. Uz to, na parketu je bila razigrana Kristina Franić kojoj je ovo jedna od životnih utakmica. Postigla je 11 pogodaka.

I u nastavku mreža Njemica se uredno puni, održava se razlika od 10, 11 pogodaka pa Šojat desetak minuta prije kraja utakmice daje priliku svim igračicama da osjete slast igre u polufinalu Kupa kupova. Čak zadnji pogodak na utakmici postiže mlada Ema Blažeković kojoj je to bio zapravo prvi euro pogodak. Bolje nije moglo biti. Naravno, doprinos ovoj velikoj pobjedi dale su sve Podravkašice, ali uz već spomenutu Kristinu Franić i uvijek dobru Barbaru Stančin, raspoređena je bila Miranda Tatari sa 6 te Ljerka Vresk i Ivanka Hrgović sa 4

postignuta pogotka. O doprinosu Božice Palčić u obrani ne treba posebno pisati, a Renata Hodak je pokazala Njemicama kako se školski rade kontere. U svakom slučaju, veliki sportski užitak u kojemu su Podravkašice nadmašile same sebe.

Nakon utakmice Josip Šojat je rekao: -Već nakon prve utakmice i dobrog rezultata znao sam da imamo dobru šansu. Trebalo je ostati miran i dobro je što već tamo nismo proslavili ulazak u finale i zato će fešta nakon ove utakmice biti još bolja. Ključ ove pobjede bio je u odličnoj obrani i brzim kontrama s puno lakih pogodaka.



Podravkašice su fantastičnom igrom nadvisile i uvjerljivo pobijedile Nürnberg

PODRAVKA VEGETA - NÜRNBERG 37:27 (19:10)

Finale s norveškim Larvikom neće biti lako. Oni su, po mom mišljenju, najbolja europska ekipa, no mi još nismo izgubili utakmicu u svojoj dvorani i nismo bez šansi.

Protiv Nürnberga za Podravku Vegetu su igrale: Stančin, Galkina, Vresk 4, Tarle, Golubić 2, Palčić 2, Hodak 3, Zebić 1, Popović, Blažeković 1, Franić 11, Naukovich 3, Tatari 6 i Hrgović 4.

B. Fabijanec

Prva finalna utakmica s Larvikom igra se 14. svibnja u Koprivnici, a uzvratna za tjedan dana u Norveškoj.

Prva hrvatska rukometna liga - 21. kolo

Rutinska pobjeda Podravkašica

PODRAVKA VEGETA - LIPOVAC 36:21 (19:12)

Rukometašice Podravke Vegete zabilježile su još jednu rutinsku pobjedu u domaćem prvenstvu. Niti u jednom trenutku rukometašice Lipovca nisu mogle ugroziti superiornost koprivničkih rukometašica na parketu, iako se ima dojam kako su Podravkašice

odigrale ovaj susret s pola snage. Bez obzira na to, ipak 15 razlike dovoljno pokazuje kolika je nadmoć rukometašica Podravke Vegete u domaćem prvenstvu. Najefikasnija i najraspoloženija u domaćim redovima bila je Miranda Tatari sa 10, dok su Dijana

Golubić, Ivanka Hrgović i Maja Zebić postigle po 5 pogodaka.

Protiv Lipovca za Podravku Vegetu igrale su: Stančin, Galkina, Vresk 1, Tarle, Golubić 5, Palčić 4, Hodak, Hrgović 5, Zebić 5, Sirovec, Blažeković, Franić 4, Naukovich 2 i Tatari 10. **B. F.**

Prva hrvatska nogometna liga - Liga za prvaka, 3. kolo

Splićani sretno do boda

Još jedna nogometna fešta u Koprivnici. Unatoč tome što je Hrvatska televizija prenosila utakmicu, na koprivnički Gradski stadion došlo je oko 3.500 gledatelja kako bi se uvjerali da je tradicija nepobjedivosti Slaven Belupa od Hajduka na domaćem terenu i dalje stalna. Tradicija se nastavila, ali domaći nogometaši i te kako mogu žaliti za tri boda jer su većim djelom utakmice bili bolja momčad i imali više od igre.

Početak utakmice protekao je u obstrano opreznosti igri sve do 28. minute kada Rukavina iskosa s desne strane na rubu šesnaesterca prima loptu, odlično puca u suprotni kut Lisjakova gola, ali domaći vratar je na mjestu i paradom izbija loptu u kormer. Nakon toga, opet se pretežno igra na sredini terena, a Slavenaši su mogli povesti u 43. minuti kada je Bodrušić snažno opalio prema Hajdukovom vrataru Kaleu kojemu lopta odlazi kroz ruke, ali i iznad grede.

U nastavku znatno zanimljivija utakmica. Domaći nogometaši dolaze u vodstvo već u 49. minuti kada Šomoci izvodi slobodan udarac, pronalazi u šesnaesteru Hajduka Dodika kojim gla-

vom spušta loptu Karabogdanu. Slavenov strijelac izbija sam pred Kalea i neobranjivo trese mrežu Hajduka. Nakon vodstva, Koprivničanci prepustaju inicijativu gostima pa već u 55. minuti Hrman isprobava Lisjakove reflekse. Domaći vratar bio je siguran. U 66. minuti Kranjčar ulazi u kazneni prostor Slavena, dodaje do Munhoza koji pogađa vanjski dio mreže Slavena. Nekoliko minuta kasnije Vukojević odlično prolazi po desnoj strani, dodaje loptu Dodiku u šesnaesteru Hajduka, ali domaći napadač samo iz njemu znanih razloga tu loptu propušta. U 71. minuti domaći nogometaši mogli su zapečatiti pobjedu, kada na sredini terena griješi Vučković, Karabogdan izbija sam pred Kalu i umjesto da puca on dodaje Dodiku koji je mat-poziciju zakomplicirao te Hajdukova obrana čisti situaciju. I kao što to biva u nogometu, kazna slijedi. Prvo nepotrebno Višković dobiva drugi žuti i potom crveni karton u 74. minuti, a onda u 87. minuti velika greška do tada sigurnog domaćeg vratara. Vi-soka dubinska lopta Hrmana preskače Lisjaka i dolazi na glavu Bušiću kojemu

SLAVEN BELUPO - HAJDUK 1:1 (0:0)

nije bilo teško zakucati loptu u praznu mrežu. Neshvatljivo kriva procjena Lisjaka. Sve u svemu, Hajduk je dobro prošao u Koprivnici, a domaći nogometaši mogu žaliti za tri boda jer su ipak pokazali više. Nakon utakmice Branko Karačić je rekao:

- Hajduk smo dočekali s dosta poštovanja, ali smo i znali da se disciplinarnom igrom Slaven može nositi s trenutno najkvalitetnijom momčadi lige. Znali smo kako zaustaviti Leku i Kranjčara te kako im otežati slobodu u igri. Bilo je za očekivati kako će Hajduk s vremenom ulaziti u nervozu i tako ostavljati dosta prostora našim napadačima Dodiku i Karabogdanu, što se i dogodilo. Nakon 1:0 imali smo dvije meč lopte, no nismo ih uspjeli realizirati. Višković je tada bespotrebno skrivio isključenje, a do tada odlični Lisjak napravio je kardinalnu pogrešku. No to je nogomet.

Protiv Hajduka za Slaven Belupo su igrali: Lisjak, Bošnjak (od 85. Pejić), Višković, Gal, Karabatić, Bodrušić, Vukojević, Šomoci, Dodik (od 76. Kelemen), Musa, Karabogdan (od 81. Vručina). **B. F.**

Prva hrvatska liga - 17. kolo kuglačica

Za derbi je potrebno dvoje!

Podravka - Zagreb 7:1 3507:3185 (17,5:6,5)

Prije početka derbija predsjednik županijskog Kuglačkog saveza Josip Rožmarić cvijećem je čestitao kuglačicama Podravke osvojenu brončanu medalju u Ligi prvakinja. Ni ta mala skromna svečanost nije mogla inspirirati gošće iz Zagreba da pruže dostojan otpor već sigurnim prvakinjama države. Krenule su u Koprivnicu na put bez nade, a na kraju su i završile visokim porazom 7:1.

Da bi derbi, a sastale su se prva i druga ekipa na ljestvici, opravdao naziv derbija, potrebna su dva podjednaka rivala, a Zagrepčanke to očito nisu bile. Zbog toga su, što zbog objektivnih razloga, što namjerno, pružile prigodu svojim mladim igračicama. One su pak bile previše impresionirane zvučnim imenima koprivničkog prvoligaša. Već u prvoj seriji gošće su sjajnom tandemu Podravke, Picer - Zver, suprotstavile svoj mladi "val", koji glatko gubi po 4:0 u setovima. Vodstvo od 2:0 i prednost od 205 čunjeva na kontu Podravke usmjerilo je gošće prema visokom porazu. U središnjici derbija i Lukač sa 4:0 "torpedira" još jednu mladu Zagrepčanku, dok Žunek protiv sebe ima iskusnu Juras, koja se tek u završnici predala. U završnici derbija Orehovec lako dobiva poen protiv Majer, dok Vuka uz neuvjerljivu igru gubi od reprezentativke Graber.

Kolo prije kraja Podravka je u vodstvu sa šest bodova prednosti, a kartu za Drugu ligu "izvadio" je Varteks porazom od Zagija na domaćim stazama. U zadnjem kolu Podravka se u Rijeci sastaje s ekipom Mlake, gdje se očekuje odgovor može li Podravka ostati neporažena u ovom prvenstvu?

Rezultati: Picer - Deraković 1:0 (4:0,605:531), Zver - Pavić 1:0 (4:0, 632:501), Lukač - Bacan 1:0 (4:0, 583:513), Žunek - Juras 1:0 (2:2, 602:593), Orehovec - Majer 1:0 (3:1, 560:497), Vuka - Graber 0:1 (0,5:3,5 525:550).

Prva hrvatska liga - 21. kolo kuglača

Podravkašima prva pobjeda u gostima

HT-TKC Split - Podravka 2:6 3134:3238

Konačno su i kuglači Podravke, tek u zadnjem nastupu u gostima, uspjeli pobijediti i osvojiti dva boda, koja im sada garantiraju ostanak u društvu najboljih klubova u državi. Splićani su uvjerljivo najslabija momčad Prve lige, osvojili su samo četiri boda i vraćaju se tamo odakle su i došli prije godinu dana. U dvostrukom koprivničko - splitskom nadigravanju proteklog vikenda, naši kuglači su na splitskom Poljudu pobijedili, dok su nogometaši Slaven Belupa remizirali s Hajdukom.

Nakon prve serije rezultat je bio 1:1, a Podravkaši su stekli 39 čunjeva prednosti. Vučić već duže vrijeme igra dobro i na gostovanjima, dok je Šegerec uz dobru igru ipak izgubio od, u subotu, najboljeg domaćeg igrača. Još jedan paradoksalan rezultat novih pravila napravio je Trošelj - ukupno je imao samo čunaj manje, ali je dobio čak tri seta i osvojio poen. Pigac je bio najbolji u koprivničkim redovima, dok Betlehem pokazuje kako mu u zadnjim kolima ponestaje "pare". "Mikla" je opet onaj "stari". Može se reći da Podravkaši nisu blistali na Poljudu, odigrali su vrlo ujednačeno i što je najvažnije - pokazali su svima da zaslužuju biti članovi Prve lige. Podravkaši ove subote u 15 sati igraju u Koprivnici protiv momčadi Oglasnika I iz Zagreba.

Rezultati: Smolčić - Vučić 0:1 (0:4, 479:547), Zrile - Šegerec 1:0 (2:2, 571:542), Burnać - Trošelj 0:1 (1:3, 526:525), Biloš - Pigac 0:1 (1:3, 497:552), Kolić - Betlehem 1:0 (2,5:1,5 556:525), Čota - Miklošić 0:1 (0:4, 505:547).

Željko Šemper

Druga liga stolnotenisača - istok

Stolnotenisači Podravke opet su prvoligaši

Naslov pobjednika u drugoligaškoj konkurenciji, koji je bio izgledan dva kola prije kraja prvenstva, stolnotenisači Podravke potvrdili su prošle subote u Slavoniji. U prvom susretu (preposljednje kolo) Podravkini stolnotenisači nisu imali nimalo lak zadatak s osječkom Olimpijom čijim igračima je pobjeda od 4:0 osiguravala naslov. No, izuzetno motivirani domaćini uspjeli su zabilježiti tek časni poraz od 4:2 s ekipom koja je na najbolji način potvrdila prevlast među drugoligašima. Po dvije pobjede ostvarili su Danijel Lončar i Milan Marinić, dok su rezultatski minus upisali par Marinić - Lončar i Sanjin Kovačević. Susret u Vinkovcima s Lokomotivom za Podravku je bila slatka formalnost koja je obavljena u slavljeničkom raspoloženju sa 4:0. Dvije rutinske pobjede zabilježio je Danijel Jurašić, a po jedan susret Milan Maričić i Sanjin Kovačević. Danijel Lončar, trener i najbolji igrač Podravke, ovaj je puta "za nagradu" vodio utakmicu samo s trenerske klupe.

S. P.

Streljaštvo

I strijelci Podravke u prvoj ligi

Nastupom u sedmom kolu 1. B hrvatske lige u standard zračnoj pušci u Čakovcu seniori SŠK Podravka uspješno su završili sezonu osvajanjem prvog mjesta u generalnom plasmanu lige.

Otpucavši 1724 kruga seniorska ekipa SŠK Podravka, u sastavu Viktor Kozjak, Zoran Koprek i Nikola Mehkek, postigla je najbolji rezultat sedmog kola ispred drugoplasirane ekipe Čakovca koja je otpucala 1712 krugova i trećeplasirane ekipe Duge Rese sa 1667 krugova.

U pojedinačnom plasmanu sedmog kola Viktor Kozjak zauzeo je drugo mjesto sa 581 krugom, Zoran Koprek plasirao se na treće mjesto sa 575 krugova, a Nikola Mehkek zauzeo je peto mjesto sa otpucanih 568 krugova. Boris Draganić plasirao se na deseto mjesto u pojedinačnom plasmanu sedmog kola sa otpucanih 548 krugova, a Hrvoje Vladušić na dvanaesto mjesto sa 534 kruga.

U konkurenciji seniorki sa 372 otpucana kruga Lana Đud je zauzela četvrto mjesto. Osvajanjem prvog mjesta u generalnom plasmanu 1.B hrvatske lige, treću godinu zaredom, strijelci SŠK Podravka ponovno su ostvarili plasman u 1. A ligu. Budući da SŠK Podravka ima najmlađu ekipu lige, a nastupi u višem rangui iziskuju povećana materijalna sredstva, konačnu odluku o nastupanju u 1. A ligi Hrvatske u sljedećoj sezoni donijeti će Izvršni odbor kluba.

Renato Kovačić

Interna nagradna igra za zaposlenike Podravke

Studena nagrađuje

U tijeku je velika nagradna igra Studene u kojoj ne mogu sudjelovati zaposlenici “Podravke“. Budući da su Podravkaši veliki potrošači Studene, za njih organiziramo Internu nagradnu igru. Za sudjelovanje u nagradnoj igri potrebno je sakupiti 10 zaštitnih folija ispod zatvarača bilo kojeg PET pakiranja Studene. Folije je potrebno zajedno s osobnim podacima (ime i prezime, naziv radne cjeline, adresa i broj telefona) poslati najkasnije do 31. svibnja 2005. na adresu:

Interna nagradna igra - Studena nagrađuje
Podravka d.d.
Marketing Pića
A. Starčevića 32
48000 Koprivnica

Pozivamo vas da okušate sreću u nagradnoj igri u kojoj možete osvojiti 100 vrijednih nagrada.



STUDENA NAGRAĐUJE
SVOJE PODRAVKAŠE SA

100 NAGRADA

Uključite se u veliku
nagradnu igru i osvojite:

- 1 x ljetovanje na Jadranu
za dvije osobe
- 1 x skuter
- 1 x cooler aparat
za Studenu 18,9 litara
- 3 x veliki suncobran Studena
i druge nagrade

interna nagradna igra



Recept tjedna:

Ledena puding torta

Puding je nekad bio omiljena samostalna slastica, a danas je dio kreme, kao i u ovoj torti, koju zahvaljujući raznovrsnim Dolcela proizvodima uistinu možemo prirediti brzo i jednostavno.

Sastojci:

- 1 gotova biskvitna podloga
- Za kremu:**
- 1 vrećica pudinga čokolada Dolcela
- 1 vrećica vanilin pudinga Dolcela
- 600 ml mlijeka
- 2 žlice šećera
- 200 g maslaca
- 100 g šećera

1 vrećica vanilin šećera Dolcela
2 vrećice šlag pjene Dolcela

Postupak:

Pudinge skuhaite svaki posebno u po 300 ml mlijeka s jednom žlicom šećera i ohladite. Posebno pjenasto izmiješajte maslac, šećer i vanilin šećer, pa pola umiješajte u jedan, a pola u drugi puding.

Biskvit prerežite na dva dijela pa donji biskvit stavite u okrugli kalup za torte. Čokoladni puding rasporedite preko biskvita, poklopite ga drugim dijelom biskvita te po njemu namažite puding od vanilije. Poravnajte površinu, nanesite tu-

coolinarika.com



čenu šlag pjenu i ukasite po želji. Tortu dobro ohladite u hladnjaku.

Posluživanje:

Tortu možete posipati čokoladnim mrvicama.

Savjet:

Pudinzi u ovoj torti mogu se zamijeniti i drugim okusima.

(Vrijeme pripreme 40 minuta)

NA ŠILJKU



Priprema: **Vojo Šiljak**

Objavio sam tri zbirke viceva i već se dugo godina bavim fenomenom smijeha i humora, pa sam, između ostalog, došao i do ovih zaključaka: Hrvati su duhovit narod, ali se baš ne smiju, kao sramota je smijati se, premda je dokazano da je smijeh (nastao temeljem dobre šale) zdravstveno učinkovit i da je smijeh svojstven samo ljudima. Ostala živa bića nemaju vidljivih izraza takvih emocija. Samo inteligentni ljudi mogu biti duhoviti ljudi!

1. Čujte, gospon, a kaj vama veli vaša žena kad navečer dojdete doma ovak pijani?
- Ja vam nisam oženjen?
- A zakaj onda pijete?
2. Štef je ispratio ženu na godišnji odmor, pa na povratku kući glasno razmišlja:
- Sad bum skinul prsten, opral si bum košulju, pa ju onda i speglal, prišil si bum gumbe... i niko ne bu znal da sam oženjen.
3. - Ivek, sto te godina nis videl! kak si mi kaj? Kakve su novosti?
- A kaj da ti kažem?! Žena me vara...
- Ali slušaj, Ivek, ti me nis dobro čul, ja sam te pital kakve su novosti!
4. - Zamisli, naše je dijete jučer progovorilo. Tako je lijepo rekao ta-ta.
- Ma nemoj! Mora da je tata jako ponosan.
- Pa i nije. Baš, u tom trenutku bili smo u zoološkom vrtu i to pred kavezom s majmunima!
5. Došao Ilica svom prijatelju iz razreda na objed, pa sjeo zajedno s njegovom obitelji za stol. I počese jesti.
- Zar se vi ne pomolite prije ručka? - upita Ilica začuđeno, a prijatelj mu odgovori:
- Nema potrebe, naša mama dobro kuha.



Crta: Ivan Haramija - Hans