

**Darko Marinac s čelnim ljudima hrvatske Vlade sudjelovao u Bruxellesu u prezentaciji hrvatskog gospodarstva**

Str. 3



**Kristalne kuhače pobjednicima Hrvatskog kuharskog kupa**

Str. 3



ISSN - 1330-5204

Godina XLVI • Broj 1832 • Petak, 23. ožujka 2007.



www.podravka.com

# PODRAVKA

LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA

## Potpisan ugovor utemeljitelja i partnera akcije "Top stipendija za top studente"

**Podravka kontinuirano ulaže u znanje svojih zaposlenika jer je to preduvjet za dugoročni rast kompanije, a društvo građeno na znanju ima budućnost. Zato s veseljem svake godine prisustvujem ovom događaju - rekao je Saša Romac pri potpisivanju ugovora**

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

Potpisivanjem svečanog ugovora utemeljitelja i partnera akcije "Top stipendija za top studente" započela je šesta po redu akcija "Top stipendija za top studente". Svečano potpisivanje održano je u srijedu u Preporodnoj dvorani u Zagrebu, a osim predstavnika tjednika Nacionala kao utemeljitelja, sudjelovali su predstavnici partnera akcije INA-e, Podravke, Vipneta, Ingre, Dinera Cluba i HRT-a koji su se uključili s ukupnim iznosom od 1,200.000 kuna namijenjenih najboljim hrvatskim studentima. Riječ je o akciji u okviru koje se dodjeljuju najveće stipendije u Hrvatskoj u iznosu od 4.000 kuna na mjesec u razdoblju od 10

mjeseci, a promovira potrebu i vrijednosti ulaganja u znanje i izvrsnost hrvatskih studenata. Klub dobitnika "Top stipendija" trenutačno broji 115 studenata sa 37 fakulteta, koji su u proteklih pet godina primili stipendije ukupne vrijednosti 4,6 milijuna kuna.

### Ukinut porez na stipendiranje

Akciju službeno podržavaju i pomažu predsjednik Republike Hrvatske, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, Ministarstvo financija, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva te Hrvatska gospodarska komora. Jedan od najvećih dosadašnjih uspjeha "Top stipendija za top studente" je i činjenica da je na inicijativu ove akcije i Nacionala, Vlada RH prošle godine ukinula porez na stipendiranje.

Utemeljitelji i partneri akcije "Top stipendija za top studente"



Ugovor potpisuju Ivo Pukanić i Saša Romac

Svečanom je potpisivanju prisustvovao i ministar znanosti, obrazovanja i športa Dragan Primorac koji je tom prilikom istaknuo da je dodjela top stipendija dovela do promjene svijesti onih koji su možda i imali novca, ali nisu znali kako ga uložiti.

### Model preuzela i država

- Da nije bilo Nacionalove akcije, ne bi bilo ni inicijative pokrenute prema Vladi RH da se stipendije za studente prestanu oporezivati, zbog čega je broj stipendija preko noći narastao. Također, iznimno je važno da je taj model stipendiranja preuzela i hrvatska drža-

va, koja ove godine osniva Nacionalnu zakladu za stipendiranje učenika i studenata, a koja će funkcionirati po istom principu. Poruka Nacionalove akcije bila je sljedeća: ako mogu oni sa svojim skromnim sredstvima, može i država - rekao je Primorac, dok je predsjednik Uprave NCL media grupe Ivo Pukanić izjavio:

- Sretan sam i ponosan na uspjehe koje je Nacionalova akcija "Top stipendija za top studente" doživjela u posljednjih pet godina. Ta akcija šalje važnu poruku o potrebi ulaganja u studente, tj. u njihovo znanje od kojega će naša zemlja i te kako imati koristi. Ugov-

or je u ime Podravke potpisao član Uprave Saša Romac koji je u svojem obraćanju naglasio kako se iz godine u godinu partneri akcije okupljaju oko jednog plemenitog cilja.

### Znanje je Podravkina prednost

- Znanje je temelj na kojemu Podravka gradi svoju konkurentsku prednost. Podravka kontinuirano ulaže u znanje svojih zaposlenika, jer je to preduvjet za dugoročni rast kompanije i društvo građeno na znanju ima budućnost. Zato s veseljem svake godine prisustvujem ovom događaju - rekao je Romac pri potpisivanju ugovora.

Novost ovogodišnje akcije je novi vizualni izgled, koji je osmislila dizajnerska agencija Bruketa&Žinić, čime je akcija dobila novi logotip, slogane i plakate te nova zaštitna lica - četiri dobitnika "Top stipendije za top studente" 2006. godine. Također, od ove se godine za stipendije mogu prijaviti i studenti sa svih hrvatskih veleučilišta i visokih škola.

Na kraju svečanosti dodijeljene su zahvalnice predstavnicima medijskih kuća koji su proteklih pet godina marljivo pratili tijek akcije i izvještavali hrvatske studente i javnost o svim zbivanjima u projektu. ■



**NAŠA POSLA****Meso kao najslabija izvozna karika**

Prošle je godine mesa i klaoničkih proizvoda izvezeno u vrijednosti od samo 14,9 milijuna dolara, odnosno tek 1,5 milijuna dolara više nego u 2005. godini. Istodobno je uvoz iste te robe bio deseterostruko veći, točnije 140,1 milijun dolara

Piše: **Željko Krušelj**

Ako su državne institucije i službe u pojedinim segmentima proizvodnje i trgovine, uključujući i poljoprivredu i prehrambenu industriju, doista napravile nekog reda, onda je izvjesno da u proizvodnji i prodaji mesa, koja podrazumijeva i legalnu nabavu stoke iz susjednih država, ima ponajviše problema. Situaciju dodatno kompliciraju i česte epidemije životinjskih bolesti, od kojih je trenutčno najakutalnija svinjska kuga. U posljednju godinu dana intenziviran je, doduše, inspekcijki nadzor Ministarstva poljoprivrede, tako da je dijelom Hrvatske zatvoreno nekoliko desetina ilegalnih klaonica goveda i svinja koje nisu zadovoljavale ni minimalne higijenske i tehničke uvjete.

Glasnogovornik toga ministarstva Mladen Pavić nedavno se povalio da je na taj način u legalnim klaonicama tijekom prošle godine porastao promet goveda svih kategorija za gotovo polovicu, isto kao i janjadi, a svinja za trećinu proizvodnje. Istodobno je, kaže, s granice vraćeno više od stotinu pošiljki mesnih proizvoda zbog nezadovoljavanja uvjeta za uvoz.

Ukupni su rezultati, međutim, prilično mršavi, jer problem crnog tržišta mesa nije riješen, pa se stalno pojavljuju nove klaonice, povezane s trgovcima na tržnicama i manjim trgovinama, što velikim proizvođačima, koji poštuju sve propise, stvara nelojalnu konkurenciju. Nijedna od velikih klaonica ne radi punim kapacitetom, dijelom i zbog prekomjernog uvoza mesnih preradevina. Posljedice se tih problema vide u brojnim problemima u poslovanju mesom i mesnim preradevinama na domaćem tržištu, ali još više u nedostatku izvoza.

Potvrđuju to i zabrinjavajući podaci za 2006. koji govore da je mesna industrija i nadalje najslabija karika u izvozu hrvatske hrane, koja bilježi značajni porast, približavajući se dvotrećinskoj pokrivenosti uvoza. Prošle je godine

mesa i klaoničkih proizvoda izvezeno u vrijednosti od samo 14,9 milijuna dolara, odnosno tek 1,5 milijuna dolara više nego u 2005. godini. Istodobno je uvoz iste te robe bio deseterostruko veći, točnije 140,1 milijun dolara. Najnepovoljnija je situacija oko uvoza svježeg svinjskog mesa, kojeg je dopremljeno 33 tisuće tona u vrijednosti od 89 milijuna dolara. U ovom slučaju izvoz nije bio deset puta manji, već gotovo stotinu puta, budući da je izvezeno zanemarivih 345 tona svinjetine.

Slučaj je još bizarniji ako se ima u vidu da propisi Europske unije sprečavaju izvoz svinja koje su cijepljene protiv svinjske kuge, jer se to odražava na kvalitetu mesa, što potencira pojavu te bolesti, a posljedice su uništavanje cijelih turnusa na farmama, što se upravo sada događa u nekoliko hrvatskih županija, srećom ne i u Kopriivničko-križevačkoj. Jedino je rješenje toga problema je u gradnji farmi i reproduktivnih centara o najvišim sanitarnim uvjetima, što je vrlo dug i financijski zahtjevan projekt.

Povoljnija je situacija oko svježeg govedeg mesa razlikih kategorija, gdje bitno sudjeluje i Podravkina mesna industrija. Tu je izvezeno 1762 tona u odnosu na uvezene 1124 tone. No, zato su iznimno loši rezultati u izvezenom zamrznutom govedem mesu, kojeg je izvezeno neznatne 32 tone, dok je istodobno granicu prešlo čak 3729 tona istovrsnog mesa.

Hrvatska bilježi ukupni pozitivni saldo jedino u izvozu preradevina od mesa, iako su i tu podbacile kobasice i slični proizvodi. Vrijednost izvoza mesnih preradevina u 2006. bila je 35,6 milijuna dolara, a uvoza 28,5 milijuna. I tu raspoloženje kviri činjenica da je godinu ranije izvezeno više takvih preradevina, a uvezeno manje. Trend je, dakle, i tu negativan.

Utoj ne odviše optimističnoj priči o proizvodnji i prodaji mesa Danica ipak uspješno posluje, unatoč tome što se svaki od spomenutih problema i na nju odražava. Uspjehu pridonosi i činjenica da je Podravkina mesna industrija među prvima imala izvozni broj, tako da može izvoziti i u SAD, Kanadu i Europsku uniju. Na taj način u izvoz ide 20-ak posto ukupne proizvodnje, a čak 50 posto od prodaje mesnih konzervi. Jedna je od još neiskorištenih mogućnosti i proizvodnja po tzv. halal certifikatu za islamske zemlje, za što u Danici postoje uvjeti. ■

**Razgovor: Željko Komazin, direktor Podravke d.o.o Ljubljana****Uspješno poslovanje unatoč jakoj slovenskoj i stranoj konkurenciji**Piše: **Ines Banjanin**  
Snimio: **Nikola Wolf**

Poduzeće Podravka d.o.o. Ljubljana osnovano je 1974. godine kao Predstavništvo Podravke. Od 1991., kada je Slovenija postala samostalna država, Predstavništvo Podravke u Ljubljani preoblikovano je u trgovačko poduzeće Podravka d.o.o. Ljubljana koje danas ima 40 zaposlenih. Direktor poduzeća je Željko Komazin, koji nam je na početku razgovora rekao:

- Od veljače 2003. preuzeo sam funkciju direktora poduzeća te zajedno sa suradnicima nastavio konsolidaciju i primjenu novih smjernica u poslovanju na ovom vrlo zahtjevnom tržištu. Nizom aktivnosti postigli smo organizacijsku i troškovnu efikasnost, a za prošlu godinu ostvarili smo i planom predviđene prihode. Danas je Slovenija dio ne samo EU nego i EMU, dakle preuzela je zajedničku valutu euro.

**• Kakva je situacija u slovenskom gospodarstvu?**

- Kroz nekoliko makroekonomskih pokazatelja možemo oslikati trenutnu situaciju: BDP po stanovniku za 2006. godinu iznosi 14.811 eura; stopa prijavljene nezaposlenosti iznosi oko 8,5%. Prosjek bruto plaća lani je iznosio više od 1.200 eura, a prosjek neto plaća više od 770 eura. Trgovinu u Sloveniji možemo okarakterizirati kao zrelu, razvijenu, konkurentnu, konsolidiranu, koncentriranu, modernu i primjerenom europskoj. Uz to se slovenska trgovina ističe kao primjer uspješnosti u usporedbi s ostalim gospodarskim djelatnostima u Sloveniji. Trendovi su slični onima koji prevladavaju u regiji, tj. izrazi to jačanje modernih formata, kao što su supermarketi i hipermarketi; trgovina na malo se internacionalizira, na velika vrata ulaze diskontne trgovine, a mali trgovci nestaju ili pristupaju franšizama s velikim trgovcima. Raditi na takvom tržištu, gdje su prisutne gotovo sve multinacionalne uz jake domaće proizvođače, znači svake godine ulagati sve više, fokusirajući se, efikasnije.

• **Koji su Podravkini proizvodi zastupljeni na slovenskom tržištu?**  
- Podravka je jedan od rijetkih proizvođača s područja bivše Ju-

goslavije koja je na slovenskom tržištu uspješla održati veći dio asortimana i uspješno poslovanje unatoč jakoj domaćoj i stranoj konkurenciji. Slovenski potrošači Podravku doživljavaju kao kompaniju svissokokvalitetnim proizvodima i dobrim ugledom kod poslovnih partnera. Na slovenskom tržištu Podravka je prisutna s gotovo svim kategorijama proizvoda, a Podravka u Sloveniji distribuira i trgovačku robu.

**• Koja je specifičnost slovenskog tržišta?**

- Slovenija je, što se tiče maloprodaje robe široke potrošnje, izrazito visokokvalitetirano tržište. Prva tri trgovca čine više od 80% ukupne prodaje na tržištu Slovenije. Prodaja na tržištu Slovenije podijeljena je na maloprodajni segment i na tzv. gastro segment. Najveći dio prihoda ostvaruje se kroz trgovački dio, no nije zanemarljiv ni gastro segment, u kojem Podravka ima tradiciju i kvalitetu, ne samo proizvoda i usluga nego i distribucije, koja je u tom segmentu iznimno važna. Valja naglasiti da prodaja u gastro kanalu svake godine bilježi rast za što su zaslužni i naši prodajni predstavnici koji sve preuzimaju ulogu gastro promotora i kulinariskih savjetnika. Maloprodajni sektor organiziran je na principu key account menadžmenta, gdje je za svakog ključnog kupca zadužen jedan voditelj. Njegova uloga je maksimizacija svih ključnih aspekata u odnosu Podravka - trgovac te stvaranje dugoročnog partnerskog odnosa u cilju ostvarivanja zacrtanih planova. Osim upravljanja ključnim kupcima, njihova uloga je i koordinacija te komunikacija s prodajnom operativom i marketingom.

**• Sve se više aktualizira suradnja marketinga i prodaje. Kakva je situacija kod vas?**

- Zbog specifičnosti slovenskog tržišta, razvoja trgovine i samog načina funkcioniranja, prodajna operativa u Sloveniji sve više preuzima funkciju unapređivača prodaje koji su prvenstveno fokusirani na prodajna mjesta. Trgovci razvijaju sve sofisticiranije informatičke alate koji omogućavaju bržu i kvalitetniju izmjenu informacija te efikasnije upravljanje prodajnim mjestom. Upravo stoga je marketinška funkcija važnija nego ikad jer s jedne strane treba očuvati što bolju poziciju na polici, a s druge strane sve veću ulogu preuzima i obrtaj proizvoda na polici. Slijedom svega navedenog te potaknuti zahtjevima partnera, ulazimo upravo ovih dana u projekt CM-a. Za početak je ta suradnja dogovorena s Mercatorom na kategoriji dodataka jelima, a kasnije ćemo proširiti suradnju, kako na druge partnere, tako i na još koju kategoriju. Izuzetno važna komponenta tog projekta je kadrovska ekipiranje što smo upravo ovih dana, nadamo se, uspješno i okončali. Dobra suradnja marketinga i prodaje ključni je faktor uspjeha.

**• Koji su još trendovi u prehrambenom poslovanju?**

- Zdrava prehrana jača i poziciju gotovih jela budući da taj trend sve više ulazi u svakodnevni ritam s obzirom na to da nedostaje vremena za pripremu klasičnog obroka. Kategorija polugotovih i gotovih jela na polici zauzima sve više mjesta. Mi smo lansirali gotova jela koja su "shelf stable" i mogu se postaviti na običnu policu. ■



riju žitarica za doručak s dva nova proizvoda Čokolino crunch i Čokolino Maxi. Ulazak su popratili jake marketinške aktivnosti kako u medijima, tako i na prodajnim mjestima. U svibnju smo ušli u kategoriju koja je trenutno u porastu i u trendu, a to su gotova jela. Na police smo lansirali šest različitih okusa, popratili smo ih promocijama i degustacijama na prodajnim mjestima pa i s oglašima u medijima. Listopad je bio u znaku promjene dizajna ambalaže na Podravku juhana, a lansirali smo još gotove umake, Vegetu pikant i Čokolino namaz. U ovoj godini donijeli smo odluku da se fokusiramo na tri najjače kategorije: dodaci jelima, dječja hrana te žitarice i juhe. Lansirat ćemo nekoliko novih proizvoda u kategoriji dječje hrane i žitarica te poduprijeti dodatke jelima i juhe jakim marketinškim i prodajnim aktivnostima.

**• Koje ste još planove i ciljeve postavili u 2007. godini?**

- Primarni cilj nam je svakako zadržati superiorni položaj branda Vegeta, koji je u Sloveniji neprikosnoveni lider. Uz Vegetu fokus nam je na kategoriji dječje hrane, gdje smo unatoč jakom domaćem proizvođaču još uvijek lider, te razvoj branda Čokolino u kategoriji žitarica i kremnih namaza s kojima uskoro krećemo u jaku medijsku kampanju. Uz to ćemo svoje aktivnosti posebno usmjeriti na kategoriju juha gdje smatramo da bi nakon uvođenja novih okusa i jake marketinške kampanje trebali kratkoročno zauzeti čvrsto drugo mjesto iz Knorr.

**• Koji su još trendovi u prehrambenom poslovanju?**

- Zdrava prehrana jača i poziciju gotovih jela budući da taj trend sve više ulazi u svakodnevni ritam s obzirom na to da nedostaje vremena za pripremu klasičnog obroka. Kategorija polugotovih i gotovih jela na polici zauzima sve više mjesta. Mi smo lansirali gotova jela koja su "shelf stable" i mogu se postaviti na običnu policu. ■

**Vegeta u Poljskoj - najbolja u svojoj kategoriji**

Vegeta je u Poljskoj osvojila titulu Produkt Roku 2007. u kategoriji univerzalnih dodataka jelima. Prema odgovorima 70 posto ispitanika, proizvodi iz palete proizvoda pod markom Vegeta proglašeni su najboljim proizvodima u svojoj kategoriji. Najveći postotak ispitanika, čak njih 87 posto, izrazilo je svoje zadovoljstvo u potrošnji ovih proizvoda. Proizvodi godine 2007. izabra-

li su na temelju istraživanja iz siječnja ove godine koje je provodila agencija TNS OBOP na grupi od pet tisuća ljudi, u 3600 kućanstava u Poljskoj. Vegeta je, osvojivši to priznanje, dobila pravo koristiti titulu i logo Produkt Roku 2007. u svojim marketinškim kampanjama i ambalaži svojih proizvoda. Prema riječima direktora sektora Tržište Srednje Europe Milana Tadića, to je priznanje veoma važno za Podrav-

ku jer daje realan prikaz, dobitan na temelju anketiranja potrošača.

- Titulu Produkt Roku 2007. dobila su tri proizvoda iz kategorije Vegete: Vegeta pikant, Vegeta mediteran i Vegeta light. Budući da je riječ o proizvodima od kojih su neki relativno kratko prisutni na tržištu, istraživanja svjedoče o velikoj prepoznatljivosti branda i iznimnoj prihvaćenosti od potrošača na tržištu Poljske. ■



Darko Marinac s čelnim ljudima hrvatske Vlade sudjelovao u Bruxellesu na otvorenju 5. europskoga poslovnog sastanka na vrhu

**Hrvatska nije samo lijepo odredište za odmor nego i za investicije**

Predsjednik Nacionalnog vijeća za konkurentnost Darko Marinac u svojoj je prezentaciji pod nazivom "Konkurentnost hrvatskoga gospodarstva" spomenuo i Podravku kao primjer uspješnog sudionika konkurentne utakmice na tržištu



Hrvatski premijer Ivo Sanader sudjelovao je sa suradnicima u Bruxellesu na otvorenju 5. europskoga poslovnog sastanka na vrhu (European Business Summit) i u prezentaciji mogućnosti za ulaganja u Hrvatsku. Taj summit u posljednje vrijeme postaje jedno od najboljih mjesta za susrete ljudi iz politike i poslovnog svijeta.

**Kako investirati u Hrvatsku**

Premijer Sanader je zajedno s potpredsjednikom Vlade Damirom Polančecom, državnim tajnikom Martinom Dalić, predsjednikom Nacionalnog vijeća za konkurentnost

Darkom Marincem i predsjednikom Hrvatske udruge poslodavaca Emilom Tedeschiem sudjelovao u prezentaciji naslovljenoj "Hrvatska, 28. članica EU - kako investirati u Hrvatsku". U prezentaciji su izneseni ključni podaci o stanju u hrvatskom gospodarstvu. Za premijera Sanadera ključni čimbenik koji će pridonijeti većem gospodarskom rastu jest ulazak u EU i NATO, dodajući da Hrvatska ima za cilj ući u EU 2009., a 2008. godine očekuje pozivnicu za NATO. Hrvatsko izaslanstvo je na otvaranju summita poručilo da Hrvatska "nije samo lijepo odredište za odmor nego i za

investicije". Tom je prigodom hrvatski premijer naglasio da hrvatska Vlada čini sve da stvori povoljno okruženje za investiranje, spomenuvši, među ostalim, pojednostavljenje postupka za registraciju tvrtki putem sustava one-stop-shopa, reformu zemljišnih knjiga, digitalizaciju javne uprave itd. te nastavak politike usmjerene na makroekonomsku stabilnost.

**Vijeće za konkurentnost**

Predsjednik Nacionalnog vijeća za konkurentnost Darko Marinac je, pak, u svojoj prezentaciji pod nazivom "Konkurentnost hrvatskoga gospodar-

stva" naglasio kako je to vijeće prepoznato kao jedno od četiri najznačajnija u svijetu te kako je cilj savjetničkom ulogom kontinuirano poboljšavati životne uvjete u Hrvatskoj koji vode prema održivu rastu našeg društva. Također, iskoristio je prigodu da u svom izlaganju spomene i Podravku kao primjer uspješnog sudionika konkurentne utakmice na tržištu.

**Otvoren hrvatski štand**

Na otvorenju European Business Summita još su govorili belgijski premijer Guy Verhofstadt, predsjednik Europskog parlamenta Hans-Gert Poettering, koji se nazočimao obratio putem videoportala budući da nije mogao biti nazočan zbog plenarne sjednice Parlamenta, zatim bugarski ministar vanjskih poslova Ivailo Kalfin i predsjednik Europskoga gospodarskog i socijalnog odbora Dimitris Dimitriadis. Svi su se govornici u svom istupu osvrnuli na skorajšnju proslavu 50. obljetnice utemeljenja Europske unije, koja će biti obilježena usvajanjem Deklaracije na summitu čelnika EU u Berlinu.

Belgijski premijer Verhofstadt u svom je govoru spomenuo Hrvatsku kao 28. članicu EU te obećao kako će i nadalje podupirati ulazak Hrvatske u EU.

Na kraju posjeta Bruxellesu hrvatsko izaslanstvo otvorilo je štand na kojem su posjetitelji imali priliku pobliže upoznati hrvatske gospodarske mogućnosti. **B. Fabijanec**

Natjecanje hrvatskih kuhara

**U Podravki dodijeljene kristalne kuhače**

U Podravkinom Kulinarском centru "Stagelj" prošlog su petka dodijeljene kristalne kuhače za 2006. godinu u natjecanju Hrvatskog kuharskog kupa. Ovo natjecanje, koje se provodi u organizaciji Hrvatskog kuharskog saveza, a pokrovitelj mu je Podravka, održano je prošle godine u 13 hrvatskih gradova, a u njemu je sudjelovalo 80 majstora kulinarstva. Za najuspješnije Podravka je u "Staglju" organizirala dodjelu osvojenih trofeja. Kulinarstva svečanost na kojoj su sudjelovali najuspješniji i najkreativniji hrvatski kuharski virtuozi Lijepe Naše počela je pozdravnim riječima direktora Podravkinog Marketinga Romea Nakića. On je pohvalio Hrvatski kuharski savez za dobru organizaciju natjecanja kuhara u kojem su natjecatelji pokazali raskošnu talentiranost i koji će biti pravi ambasadori Hrvatske s obzirom na to da naša zemlja želi imati važnu ulogu na turističkom planu u europskoj zajednici. Osvajcima kristalnih kuhača čestitao je i predsjednik HKS Damir Crleni, a potom su podijeljeni i trofeji u tom kuharskom nadmetanju.

Prvo mjesto u ukupnom plasmanu osvojila je Grozdana Bohorč iz restorana "Fantasy" iz Ludbrega, koja je prva mjesta osvojila u spremniku svecane hladne plate i deserta. Drugo mjesto u ukupnom plasmanu pripalo je Hrvoju Zirojeviću iz restorana "Noštro" u Splitu, kojemu je pripalo i prvo mjesto u spremniku svecane hladne plate. Treće mjesto osvojio je u ukupnom plasmanu Miroslav Dolovčak iz hotela "The Westin" iz Zagreba, a četvrta je bila Marija Denžić iz hotela "Minerva" u Varaždinskim Toplicama. Željko Neven Bremec iz Gradske kavane Lovran zauzeo je peto mjesto u ukupnom poretku.

Kristalne kuhače pobjednicima je uručila Marina Štefotić, koordinatorka akcije, a na nagradama je zahvalila prvoplasirana Grozdana Bohorč, koja je posebno zahvalila Podravki za pomoć u provedbi akcije, te na gostoprinstvu u Staglju rekla: "Hvala, kuhat ćemo i dalje sa srećom." Istog dana u Podravki je održan i sastanak glavnog odbora Hrvatskog kuharskog saveza, udruge koja u 19 županija okuplja više od 900 članova. **S. Petrić**



Dobitnici kristalnih kuhača (snimio B. Godek)

**GROZDANA BOHORČ - pobjednica natjecanja hrvatskih kuhara**

Ludbrežanka Grozdana Bohorč, kuharica "iz malog mista", pobjednica je ovogodišnjeg natjecanja hrvatskih kuhara za kristalnu kuhaču, kojem je pokrovitelj bila Podravka. Kuharici u obiteljskom restoranu "Fantasy" ovo je bilo drugo takvo natjecanje i prva pobjeda u konkurenciji 80 hrvatskih majstora kulinariskih vještina. Sudjelovala je na deset od trinaest natjecanja koja su održana u hrvatskim gradovima, a prvo mjesto u ukupnom plasmanu pripalo joj je nakon pobjeda u kategorijama spremanja svecane hladne plate i deserta. Članica Udruge kuhara varaždinske županije od malih nogu je voljela kuhati i odabrala je to kao životni poziv.

O natjecanju kuhara kaže: - Podravka je dala veliki doprinos u ovom natjecanju.



Pratila nas je na svim natjecanjima marketinški, a vaši stručnjaci koristili su se prilikom za predavanja o zdravoj prehrani na Podravkin savjetnici. Stručno su pokrivali nastupe - rekla je pobjednica "Kristalne kuhače" na dodjeli nagrade u "Staglju". **S. P.**

Na kraju posjeta Bruxellesu hrvatsko izaslanstvo otvorilo je štand na kojem su posjetitelji imali priliku pobliže upoznati hrvatske gospodarske mogućnosti. **B. Fabijanec**



Dobitnici kristalnih kuhača (snimio B. Godek)

**GROZDANA BOHORČ - pobjednica natjecanja hrvatskih kuhara**

Ludbrežanka Grozdana Bohorč, kuharica "iz malog mista", pobjednica je ovogodišnjeg natjecanja hrvatskih kuhara za kristalnu kuhaču, kojem je pokrovitelj bila Podravka. Kuharici u obiteljskom restoranu "Fantasy" ovo je bilo drugo takvo natjecanje i prva pobjeda u konkurenciji 80 hrvatskih majstora kulinariskih vještina. Sudjelovala je na deset od trinaest natjecanja koja su održana u hrvatskim gradovima, a prvo mjesto u ukupnom plasmanu pripalo joj je nakon pobjeda u kategorijama spremanja svecane hladne plate i deserta. Članica Udruge kuhara varaždinske županije od malih nogu je voljela kuhati i odabrala je to kao životni poziv.

O natjecanju kuhara kaže: - Podravka je dala veliki doprinos u ovom natjecanju.







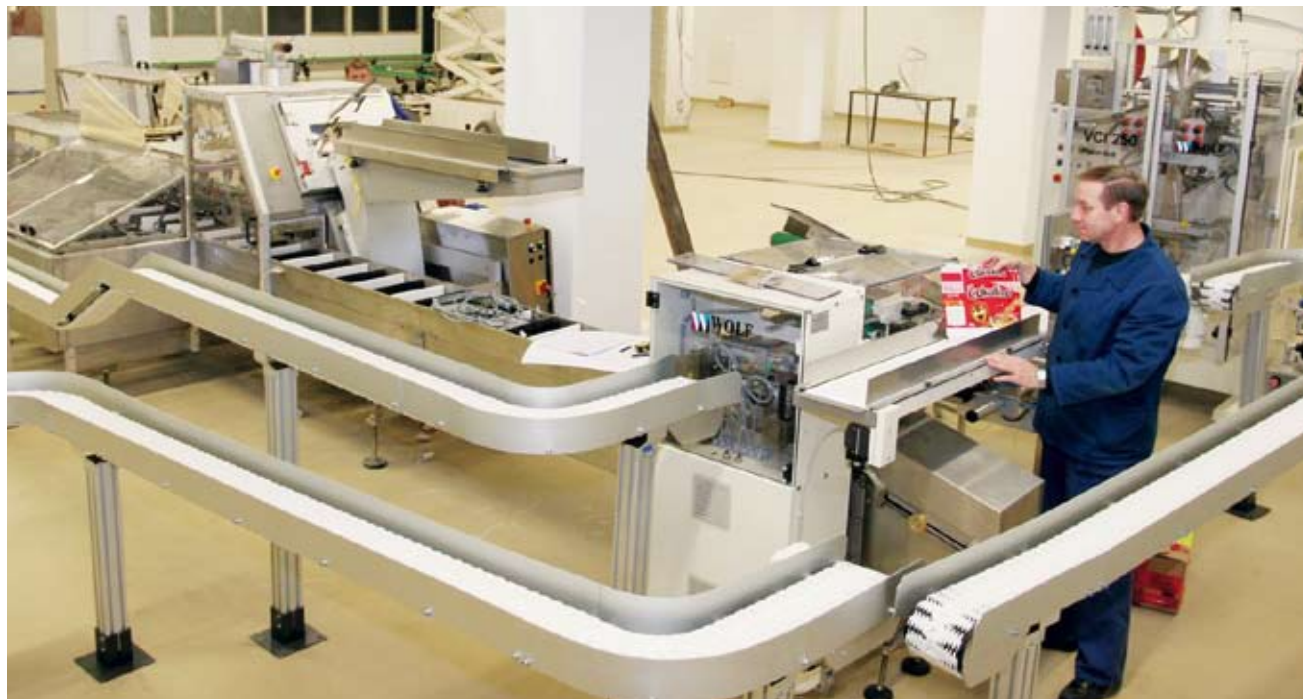






Radovi na novoj Podravkinjoj tvornici privode se kraju

## Na Danici se montira linija za pakiranje dječje hrane



Piše: Vjekoslav Indir  
Snimio: Nikola Wolf

Radovi na novoj Podravkinjoj tvornici dječje hrane na Danici privode se kraju. Budući da je takozvani socijalni dio tvornice završen - laboratorij, garderobe i restoran za prehranu radnika - ovih se dana očekuje dolazak i prvih radnika koji će započeti sa čišćenjem postrojenja i prvim probama rada novih strojeva. Oko nove tvornice postavlja se nova ogradna te nova portirnica. Tu je i novo parkiralište za zaposlene i goste, koje će se ovih dana asfaltirati.

No, najvažnije se stvari, naravno, događaju u unutrašnjosti novoizgrađene tvornice: u bu-

dućoj proizvodnoj hali ovih je dana započela montaža linije za pakiranje pahuljica dječje hrane. Riječ je o stroju velikog kapaciteta na kojem će se pakirati popularna dječja hrana Čokolino u znatno većim količinama nego su to dopuštali dosadašnji kapaciteti.

Završava se i "mozak" cijele proizvodnje, kontrolna soba iz koje će se kompjuterski nadzirati i upravljati cjelokupnom proizvodnjom. Sve što se u ovoj tvornici danas ugrađuje i na čemu će se - uz iskustvo i znanje Podravkinjih stručnjaka - proizvoditi dječja hrana pokazuje da će ovo biti još jedna u nizu Podravkinjih visoko sofisticiranih tvornica. ■



Nagradna igra za potrošače Dolcele u cijeloj Hrvatskoj

## "DOLCELA NAGRAĐUJE - VI BIRATE!"

Povodom Uskršnjih blagdana Dolcela je pripremila nagradnu igru za svoje potrošače diljem Hrvatske. Nagradna igra u trajanju od tri mjeseca (od 1. 3. do 30. 5. 2007.) uključuje 15 proizvoda iz asortimana Dolcele koji su prigodno označeni nagradnim kuponima. Slanjem tri kupona potrošač dobiva mogućnost sudjelovanja u nagradnoj igri i osvajanja vrlo vrijednih i atraktivnih nagrada.

### NAGRADNI FOND SASTOJI SE OD SLJEDEĆIH NAGRADA:

- opremanje stana u salonu namještaja Kika u iznosu od 100.000 kn i 2 puta po 30.000 kn
- 5 nagradnih putovanja - po 10.000 kn
- 10 nagrada: kućanski aparati Elektrolux - po 5.000 kn
- 10 nagrada: odjeća modne kuće Image Haddad - po 3.000 kn
- 100 poklon paketa Dolcele

Glavna odlika nagradne igre je to što će dobitnici moći nagrade utrošiti prema vlastitom izboru!

U nagradnoj igri mogu sudjelovati svi građani s prebivalištem u Republici Hrvatskoj, osim zaposlenika Podravke d.d. i članova njihove uže obitelji.

Tim za kategoriju slastice, snack i mlinarske proizvode



## Podsjećamo: OVOG VIKENDA POČINJE LJETNO RAČUNANJE VREMENA

Ljetno računanje vremena počinje u noći sa 24. na 25. ožujka u 2 sata, tako što će se pomicanjem kazaljki za jedan sat unaprijed vrijeme u 2 sata računati kao 3 sata. (Ljetno vrijeme završava 28. listopada 2007. kada ćemo sat "vratiti" unatrag.) Zato vas podsjećamo da podesite svoje satove prema novom računanju vremena, kako vam se ne bi dogodilo da u nedjelju negdje zakasnite.



## RECEPT TJEDNA

# Jahnija s lučicama

Ovaj turski specijalitet pripremite od junetine bez kostiju. Da sve ne bude tako jednostavno, jahnija je aromatizirana crvenom paprikom u prahu, cimetom, češnjakom, paprom i Vegetom. Ali, to nije sve...

### Sastojci za 6 osoba:

750 g junetine bez kostiju  
papar  
350 ml tople vode  
1 žličica cimeta  
3-4 žlice jabučnog octa  
1 žličica crvene paprike u prahu  
300 g gljiva (bukovače ili šampinjoni)  
5 žlica ulja  
4 češnja češnjaka  
300-400 g lučica  
1 žlica Vegete

Za ukrašavanje:  
pola vezice peršina

### Priprema:

Junetinu narežite na kocke i pecipite na zagrijanom ulju. Nastavite pirjati podlijevajući s malo vode oko 20 minuta. Nakon toga posudu s mesom maknite s vatre, dodajte crvenu papriku u prahu, papar, cimet, lučice, nasjeckani češnjak i Vegetu. Dobro promiješajte, podlijte s malo vode i nastavite pirjati poklopljeno na laganoj vatri još oko 30 minuta.

Kad meso skoro omekša, dodajte narezane gljive i ocat pa sve zalijte toplom vodom. Jahniju nastavite kuhati poklopljeno dok meso ne omekša.

### Posluživanje:

Prije serviranja jelo ukasite listićima peršina, a kao prilog



možete poslužiti kuhani kumpir ili tjesteninu.

### Savjet:

Ocat dodajte potkraj kuhanja kako bi meso brže omekšalo.  
**Vrijeme pripreme:** 1 sat i 30 min

coolinarika.com  
HRANA, ZABAVA, DRUŽENJE - UVIJEK SA SRCEM



## KARIKATURA



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