

Novogodišnja poruka predsjednika Uprave Podravke Darka Marinca

*Poštovane Podravkašice i
Podravkaši,*

*još je jedna godina proju-
rila i na svom kraju donije-
la nam mnoga razmišlja-
nja. Prije svega, najvažnije
je da smo u ovoj godini sta-
bilno i dobro poslovali i si-
guran sam da će ovogodiš-
nja dobit biti veća od pro-
šlogodišnje. Zahvaljujem
vam na ovogodišnjem tru-
du, zalaganju i radnim učin-
cima, jer zasigurno je u tom
rezultatu vaša zasluga naj-
veća.*

*Moram reći da je ova go-
dina bila na neki način pri-
jelomna i u njoj su se dogo-
dile brojne dobre stvari čiji
će se učinci vidjeti tijekom
iduće, ali i svih narednih
godina. Ono što nam svima
mora biti prioritetno jest
okretanje prema potroša-
ču jer on nam svima mora
biti u žiži interesa. O potro-
šaču ovisi hoćemo li se mo-
ći razvijati, hoćemo li za-
držati tržišne pozicije, u
krajnjoj liniji, hoćemo li mo-
ći proizvesti neku novu Ve-
getu, neki novi Čokolino ili
neke nove jube. Stoga nam
svima zajedno, od proiz-
vodnje, prodaje, marketin-
ga do korporativnih funk-
cija u cilju mora biti praće-
nje želja potrošača.*

*Na samom kraju, dopusti-
te da vama i vašim obitelji-
ma ovim putem zaželim če-
stit i blagoslovljen Božić, te
uspješnu 2006. godinu pro-
žetu s puno radosti i sreće.*



Od srca vam želimo sretan Božić i Novu 2006. godinu.

Potrošač mora biti u fokusu svih Podravkinih aktivnosti

Razgovarao: **Alen Kišić**
Snimio: **Nikola Wolf**

Još je jedna godina pri samom kraju, rade se rekapitulacije o učinjenom, te planovi za iduću godinu. Iako je ovih dana vrlo često u interesu medija kojima je dao nekoliko intervju, predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac spremno se odazvao na tradicionalni intervju krajem godine za Podravkine novine.

- Gospodine Marinac, opći je dojam u javnosti da se Podravka u cijelosti stabilizirala, da se troškovima ipak bolje upravlja. Kako vi, kao prvi čovjek kompanije, vidite poslovanje ove godine?

- Ovu 2005. godinu vidim kao jednu godinu kontinuiteta. Ne slažem se u potpunosti s činjenicom da puno bolje upravljamo troškovima. Pomaci postoje, no mi moramo još puno bolje upravljati troškovima, i to ne zato da bismo bili bogatiji, već da bismo zadržali ovaj nivo na kojem jesmo, jer dolazi sve veća konkurencija, sve više dobrih kompanija i mi više ne možemo ugrađivati svu našu neefikasnost u naš proizvod ako želimo biti prihvaćeni od potrošača. Moramo ulagati više u bolji, novi dizajn, više u marketing, više u promociju naših proizvoda, moramo doći bliže potrošaču. Da bismo to mogli, moramo spuštati troškove na svakom mjestu gdje se to može.

- Hoće li dobit ove godine biti znatno veća nego prošle godine?

Što se tiče poslovanja i dobiti, ovo je bila jedna stabilna i dobra godina koja nam daje nadu da možemo tako i nastaviti. U ovoj godini se ipak dosta toga promijenilo, stvoreno je dosta novih proizvoda od kojih su neki počeli izlaziti na tržište, neki će tek početi, redizajnirane su pojedine grupe proizvoda. Znači, umjesto da se bavimo sami sobom počeli smo se orijentirati prema našim potrošačima i našim proizvodima. Dobili smo i nakon dugo vremena nagradu za dizajn i to na

poznatom moskovskom festivalu za naš ketchup, dobili smo nedavno i nagradu za kvalitetu proizvoda što je kontinuitet koji dokazuje da Podravka u Hrvatskoj ima reputaciju najboljeg proizvođača. S te strane, godinu je obilježilo okretanje prema potrošaču, a većina rezultata toga okretanja će se zapravo vidjeti u 2006. godini.

Imamo kontinuitet u razvoju menadžmenta

- Godinu koja je na izmaku ponajviše je, gledano s interne Podravkine strane, obilježilo imenovanje nove Uprave? Koliko ste danas zadovoljni tim imenovanjima, kao i radom Uprave u cijelosti?

Da, nova imenovanja su nakon isteka mandata prošle Uprave jedan normalan put kojeg je trebalo i očekivati. Zadovoljan sam time kako Uprava reagira, i u velikom dijelu dobro i timski reagira. Još moramo malo izgrađivati tu timsku kulturu upravljanja ovako velikom kompanijom poput naše, ali vide se pomaci. Novi ljudi u Upravi su ljudi koji su bili u menadžmentu i to korak ispod Uprave, tako da mi imamo kontinuitet u razvoju menadžmenta i mislim da je to dobar put kojeg treba i dalje slijediti.

- Pri imenovanju u prvom kvartalu ove godine bilo je nekih po-dozrivosti u javnosti oko pomlađivanja Uprave, no viste ipak dali šansu mladim menadžerima?

Mislim da je to jedino ljudski i normalno. Mi se nikako ne možemo vratiti u prošlost, a većina se ni ne želi. Moramo ići naprijed, imamo vrlo dobro obrazovane mlade ljude u koje je Podravka uložila puno sredstava da bi bili takvi kakvi jesu. Zato su oni tu da im dajemo šanse, a ne da čekamo da ostare da dobiju šansu.

- Puno je riječi i o rastu Podravke. Poznato je da Podravka ima definirana tri načina za rast - organski, strateški savezi (poput onog s Rieberom u Poljskoj, te akvizicijama. Hoće li u 2006. doći do novosti u tom segmentu?

Neće biti osobitih novosti. Nastavljamo taj put koji smo si zacrtali i nećemo ga mijenjati. Na tom putu smo nekad uspješniji, nekad manje uspješni, ali bit ćemo ustrajni. Mi smo kao kompanija s našom kulturom i etikom i kotiranjem u Službenoj kotaciji Zagrebačke burze nešto ograničeni u širenju akvizicijama jer je vrlo rijetko na tržištima na kojima posluje da su prilike da mi možemo pobijediti s načinima rada na kojima mi akviriramo. Uglavnom s druge strane imamo tvrtke koje se ne pridržavaju istih pravila, pa mi moramo odustati, ali to ništa ne znači. Mi ćemo nastaviti tako raditi, mi moramo rasti, jer u posljednje vrijeme ne rastemo dovoljno i moramo se mijenjati.

Sigurno slijedi niz različitih promjena

- Prijeđimo sada na pitanja koja se direktno tiču interne javnosti, ponajprije o outsourcingu o kojem se mnogo priča, između ostalog i u našim novinama. Dokle se stiglo s procesom outsourcinga u Koprivničkoj tiskarnici?

- Postupak ide svojim prirodnim tijekom i upravo je u toku natječaj. Posao će se nastaviti u svim zakonskim i ljudskim Podravkinim okvirima i najvišim standardima koji se mogu primijeniti. Proces će biti završen kad se prirodno završe svi poslovi i akcije potrebne da se jedan takav posao okonča. Očekujemo da će to biti u prvom dijelu 2006. godine.

- Tko je nakon tiskare sljedeći na redu za outsourcing? Hoće li se to provoditi već u 2006. godini?

- Bit će sasvim sigurno još niz drugih promjena za koje nisam siguran da se baš sve zovu outsourcing. Te ćemo promjene raditi i morati racionalizirati se, nešto u proizvodnim kapacitetima, nešto u službama i uslugama, jer, jednostavno, moramo biti produktivniji. Moramo davati više, kvalitetnije i moramo se stalno prilagođavati tome. Naš fokus je potrošač i moramo biti spremni da investiramo u potrošača, da investiramo u svoj odnos prema potrošaču. Sve drugo što tom cilju ne doprinosi i zapravo je trošak koji može Podravku dugoročno koštati.

- Sljedeća interna stvar tiče se tvornice u Umagu. Tamošnji radnici i dalje nemaju informacija o tome što će biti s tvornicom i kako će se ona dalje razvijati. Što će Podravka učiniti s tom tvornicom?

Ponudit ćemo državi rješenja za kupnju udjela

- Prošle godine jedno od mojih pitanja bilo je vezano za državni udjel u Podravki. U međuvremenu se vrlo malo promijenilo, država je i dalje vlasnik oko 26 posto Podravke. Dojam je da država još uvijek nije točno odredila dokad će taj dio držati u svom portfelju. Kad se odluči na prodaju, najavili ste u jednom intervjuu da ćete biti spremni. Na koju opciju konkretno mislite, je li to menadžment by out ili ESOP program ili oboje?

- Prema informacijama s kojima mi raspolažemo, država se odlučila da će privatizirati do kraja takve tvrtke u kojima nema većinske udjele. Mi smo na toj listi i na to smo se pripremili. Mi čekamo i vjerujem da ćemo u siječnju već početi razgovarati. Mi ne nudimo jedno rješenje, nudimo ih više, a jedno od njih jest da se napravi kupnja paketa od strane zaposlenih. No, to ne bi bilo po modelu koji se obično zove ESOP, iako je to općenito jedan nedovoljno definiran pojam. Naime, mi smo u Službenoj kotaciji Zagrebačke burze i tamo se definira cijena i mi ne možemo očekivati ništa drugo nego da kupimo kao i svaki drugi po cijeni koja tamo piše. Dakle, mi smo spremni i ponuditi ćemo državi rješenja koja će omogućiti da Podravka i dalje ima vlasničku strukturu u kojoj sama odlučuje o svojoj sudbini.

- Znači, nitko neće imati mogućnost kupnje po diskontnim cijenama? Ne, s tom praksom se prestalo prije desetak godina. Svatko mora kupiti i platiti dionicu po cijeni koja je tržišna. Uostalom, što bi rekli ostali vlasnici, sigurno bi pitali zašto i oni ne mogu kupiti po povlaštenim cijenama.



- Što se toga tiče, jedna činjenica je neosporna. Prerađivati rajčicu na plaži u jednom od najvećih hrvatskih turističkih središta je apsolutno neprimjereno. Sve drugo je u tijeku, radi se na nivou direktora tvornice i Proizvodnje II i kada će se donijeti konkretna odluka bit će obznanjeno.

- Sljedeće pitanje se također tiče tvornice. Što je s najavljenom izgradnjom nove tvornice dječje hrane u Koprivnici?

- Nova tvornica i investicija u nju je u pripremama. U međuvremenu se projekt razvijao, pa smo došli do novih saznanja, kvalitetnijih rješenja i tehnologije, tako da je to u tijeku. Trenutačno nisam u mogućnosti reći kada će se početi, ali se još uvijek radi na poboljšanju rješenja. Tu su dva aspekta, prvi je znatno kvalitativno i tehnološko poboljšanje u odnosu na prvi projekt, a drugi je taj da se radi vrlo dobra analiza tržišnog elaborata i nastoji ga se poboljšati, jer da gradimo novu tvornicu za postojeće tržište nema nikakvog

smisla. To samo znači da ćemo biti manje rentabilni, i da ćemo proizvođaču onemogućavati daljnje širenje i plasman, a znate da se tu radi o jednom od naših najznačajnijih brandova i treba biti oprezan i uvijek imati dovoljno sredstava da se ulaže u Lina i da Čokolino ostane jedan od naših najprodavanijih proizvoda.

- Podravkinom Nadzornom odboru na sjednici u rujnu prezentirana je strategija Podravkinog programa pića o kojem je bilo puno govora tijekom cijele ove godine. Poznato je da je odlučeno da se kreće u ofenzivniju varijantu programom pića. Što to konkretno znači?

- Što se tiče pića, poznato je da se menadžment Prodaje Hrvatske jako trudi da ih zadrži na tržištu. Poznato je da pića u posljednjih nekoliko godina nisu bila dovoljno rentabilna i stvarala dovoljno sredstava da bi omogućila investiranje u marketing i tehnološke procese i sada se traže rješenja. Pokušat ćemo kratkoročno pića pretvori u jedan racionalniji sustav, a paralelno s tim pokušavamo naći i partnere za značajnije povećanje prometa u pićima i vjerujem da ćemo u prvoj polovici iduće godine objaviti da smo u tome uspjeli.

Vegeta Mediteran zasad izgleda uspješno, no prerano je za konkretnu ocjenu

- Na tržištu se prije nekoliko mjeseci pojavila Vegeta Mediteran, kao i još neki novi proizvodi poput nagrađivanog Ketchupa. Kako ste zadovoljni u tom segmentu, s obzirom da su reakcije javnosti prilično pozitivne?

- Konačno sam zadovoljan, i to pogotovo zbog toga što je to samo vrh ledenog brijega, jer se valja iza toga i puno više, i novih proizvoda, i novog odnosa prema potrošaču i novog odnosa u marketingu. Tako da mislim da vrlo optimistički možemo gledati kako će se taj segment odvijati u idućoj, i narednim godinama.

(Nastavak na sljedećoj stranici)



Danica i Belupo posluju prema očekivanjima

- Vegeta Mediteran, kao jedan iskorak branda Vegete u nešto novo?

- Vegeta Mediteran zasad izgleda vrlo uspješno. Radena je po zakonitostima posla po kojim se treba raditi, a to je širenje u kategoriji i to pod brandom koji je najbolji što ga Podravka ima. Vjerujem da ćemo nakon uspjeha Vegete Mediteran biti hrabriji i s daljnjim pomacima. Ipak, moram dodati da je trenutačno prerano za dublje ocjene, jer moramo puno duže raditi s

kupcem i potrošačem da bismo mogli novi proizvod proglasiti uspješnim ili neuspješnim. Imali smo u prošlosti previše odustajanja od puno novih proizvoda zato što smo ih prerano proglasili neuspješnim.

- Najveći rast u prvih 9 mjeseci ove godine u usporedbi s prošlom ostvario je mesni program i to punih 21 posto. To je pomalo iznenadilo javnost s obzirom na promjene u mesnoj industriji koje su se desile

tijekom ove godine. Je li to slučajno i u kojem smjeru će ići dalje taj segment?

- To je plod sustavnog dužeg rada, restrukturiranja i proširenja asortimana, i dobrog rada na tržištu, i to je ipak očekivani uspjeh. Međutim, tu moram reći da moramo početi razmišljati o budućnosti jer će ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju vjerojatno najviše problema imati naša mesna industrija. I to iz niza razloga, od toga da će poskupjeti izvoz na tržišta jugoistočne Europe gdje ostvarujemo glavninu izvoza, do toga da će se još dodatno povećati konkurencija. Prema tome, mi se s Danicom ove godine možemo veseliti dobrom rezultatu, ali moramo dati jako puno truda da održavamo to i još poboljšamo. Potrebno je smanjiti troškove i racionalizirati se još više u proizvodnom asortimanu. Dakle, mesna industrija Danica se mora danas pripremati za Europsku Uniju.

- Što je s Belupom, i tamo je bila promjena Uprave, je li ova godina bila u skladu s očekivanjima?

- Belupo kao i obično dobro pliva. Doduše, imaju jedan problem koji možda javnost dovoljno ne uočava. Naime, u Hrvatskoj se smanjuju cijene lijekova svake godine, a uz to se i produljuju rokovi plaćanja. No, Belupo uspijeva kontrolirati troškove, uspijeva rasti na inozemnim tržištima i sada ima novu Upravu za koju mislim da ima veliku šansu dići Belupo na viši nivo.

Trenutačno sam najzadovoljniji otkad sam u Podravki

- Za kraj, praktički ste na početku novog petogodišnjeg mandata. Jeste li trenutačno zadovoljni



u Podravki i kako vidite kompaniju na kraju vašeg drugog mandata, dakle za 4 - 5 godina?

- Sad sam trenutačno najzadovoljniji otkad sam u Podravki. Razloge sam već spomenuo tijekom intervju, stvaraju se novi proizvodi, novi marketing, novi dizajn, novi odnos prema potrošaču, pojavljuju se novi ljudi, a započelo se i s nešto boljom kontrolom troškova. Jednostavno mi se čini da idemo naprijed i da je to put na kojem nas u sljedećih nekoliko godina teško netko može zaustaviti. Čak i mi sami.

Za 4-5 godina Podravku vidim tamo gdje smo i napisali u našoj viziji. Kao jednu od najboljih prehrambenih kompanija s markom sa sjedištem u srednjoj Europi, s

najboljim odnosom prema potrošačima, odnosom prema sredini u kojoj živimo i djelujemo, odnosu prema vlasnicima, i odnosom prema zaposlenima.

Stoga i na kraju ovog razgovora Podravkašicama i Podravkašima poručujem da vjeruju u svoju kompaniju, te da svi zajedno pokušamo shvatiti da je jedino promjena stalna. I koliko god željeli da se ništa ne mijenja - sve se mora mijenjati. Kad je Podravka dobro radila promjene, bila je odlična, kad ih nije radila, došlo je do problema. Mi svaku večer moramo biti bolji nego ujutro, svaku godinu moramo znati više nego prošle. Kad to prestanemo činiti i mijenjati se prema zahtjevima tržišta i potrošača, bolje da odemo.

Podravka je debelo iznad hrvatskog prosjeka u konkurentnosti

- Predsjednik ste i Nacionalnog vijeća za konkurentnost. Što mislite o Podravkinjoj konkurentnosti na europskom tržištu, jesmo li iznad hrvatskog prosjeka? Uostalom, dobili smo nagrade uglednog financijskog časopisa Euromoney, nagrade za poslovni ugled u Hrvatskoj i brojne druge. Često se stječe dojam da nas ljudi izvana gledaju bolje nego se mi sami vidimo.

- U pravu ste, ako nas netko proglasi najboljom prehrambenom ili najbolje vođenom kompanijom u regiji, onda nas s nekim uspoređuje i gledano izvana dolazi do zaključka da smo bolji. Mi smo u svakom slučaju debelo iznad hrvatskog prosjeka u konkurentnosti, iz niza razloga. Glavni je razlog taj da je Podravka stvorila brandove. Meni je puno važnije da je Vegeta dobila nagradu za treći brand u Poljskoj, i da je poznatost branda u srednjoj Europi vrlo visoka od toga jesmo li dobili nagradu nekog časopisa. Na bazi te poznatosti imamo vezu s potrošačima, a to je jedina prava veza. Za nas ne smije ništa postojati osim potrošača, on je za nas sve i njemu se moramo prilagoditi. Osim toga, Podravka osim što ima brandove ima i gotovo polovicu prodaje izvan Hrvatske, tako da smo jedna sasvim netipična hrvatska kompanija. Približavanje Hrvatske Europskoj Uniji trebalo bi još više istaknuti ispravnost Podravkine dugoročne orijentacije na izvoz i na izgradnju branda.



naša posla

Uključivanje u EU zapravo je proces unutarnjih reformi

Piše: **Željko Krušelj**

Budući da je Hrvatska u listopadu 2005. započela pregovore s Europskom unijom o punopravnom članstvu, temeljno je pitanje kako se važnije domaće kompanije pripremaju za tu ogromnu promjenu u poslovanju. Upravo je toj temi, presudnoj i za budućnost Podravke, posvećeno posebno izdanje gospodarskog tjednika Lider, čiji je naziv "Hrvatske tvrtke za Europsku uniju".

Važnost procesa prilagođavanja hrvatskih kompanija Uniji, o čemu će za samo dvije-tri godine ovisiti i njihove ukupne tržišne pozicije, u uvodnom je tekstu priloga komentirao Neven Mimica, predsjednik saborskog Odbora za europske integracije, čime je na najbolji način demonstrirao strateško suglasje vlasti i oporbe oko eurointegracija. Mimica je ustvrdio da "već sam kandidatski status, a pogotovo punopravno članstvo, potiče nova ulaganja u hrvatsko gospodarstvo, poboljšanje kreditnog i investicijskog rejtinga, rast burzovnih aktivnosti u Hrvatskoj, dotok i razvoj tehnologije, unapređivanje

upravljačkih sposobnosti, olakšavanje pristupa novim tržištima", što se "ne bi ni približno događalo u varijanti maloga zatvorenog i samodovoljnog tržišta". Mimica naglašava da proces uključivanja u elitnu europsku asocijaciju po svojoj naravi zapravo i nije vanjsko-politički proces, nego "proces dubokih i teških, ponekad bolnih unutarnjih reformi".

Važnost što bržeg uključivanja hrvatskih kompanija u europske integracije pojasnio je i Emil Tedeschi, predsjednik Hrvatske udruge poslodavaca. Njegova je teza, slikovito izrečena, da se tržišna utakmica iz nekakve regionalne lige premješta u svojevrstu "ligu prvaka", sa svim posljedicama te radikalne promjene. Drugim riječima, poslovanje je "u hodu" potrebno podizati na kvalitetniju razinu, i to sukladno svim važećim bruselskim standardima. Tedeschi naglašava da je posebno bitno da hrvatske trgovačke marke što prije imaju oznaku "Made in EU", jer im je time bitno olakšan prodor na prostore

na kojima živi čak 450 milijuna ljudi. Dok tome nije tako, za uvoz niza hrvatskih proizvoda, posebno iz domene prehrane i farmaceutike, trebaju certifikati i razne druge potvrde o ispravnosti i kvaliteti, što je vrlo dugotrajan i skup proces.

U spomenutom su posebnom izdanju taksativno nabrojene prednosti ogromnog europskog tržišta, ali i izazovi s kojima se hrvatsko gospodarstvo treba ozbiljno suočiti. Gledani s one najpozitivnije strane, u Uniji je nesmetano kretanje kapitala, roba i usluga, važe poznata pravila fair playa i zaštite tržišnog natjecanja, jednostavna je procedura registracije poduzeća, jednostavnije je sklapanje ugovora zbog unifikacije standarda i lakši je pristup instrumentima financiranja na temelju boniteta u bankama u stranom vlaštvu.

S druge strane, hrvatske kompanije moraju biti svjesne da ulazak u Uniju znači i prestanak važenja ugovora o slobodnoj trgovini s trećim zemljama, posebno iz regije jugoistočne Europe.

Zatim, riječ je o jačanju konkurencije i potrebi značajnijih ulaganja u veću konkurentnost hrvatskih proizvoda. Tu je i daljnja ekspanzija inozemnih trgovačkih lanaca na čije se police teže probijati, uz stalni pritisak na snižavanje proizvođačkih cijena. Naposljetku, tvrde Liderovi analitičari, pozicioniranje na tom ogromnom europskom tržištu temelji se isključivo na kvaliteti i konkurentnosti, što znači da će nestati danas još legitimne metode šticećenja monopola.

U publikaciji je posebno mjesto dobila i Podravka, pa se analizira njenih 20 mjeseci iskustva na tržištu EU-a. Goran Markulin, član Uprave zadužen za inozna tržišta, napominje kako je višegodišnja Podravkina usmjerenost na strana tržišta pripomogla da nema značajnijih promjena u poslovnim rezultatima u odnosu na razdoblje koje je prethodilo proširenju Unije za deset novih članica. Važno je da se Podravka tu i marketinški afirmirala, pa je Vegeta izabrana za superbrand u Poljskoj i Mađarskoj.

Markulin je napomenuo kako kop-

rivnička kompanija od srednjoeuropskih zemalja najbolje rezultate trenutno bilježi u Slovačkoj, a definitivno je povratila svoje pozicije u Poljskoj. Kao zemlje karakteristične za probleme u pozicioniranju na tržištima naveo je aktualne situacije u Češkoj i Mađarskoj. Radi se, kaže, o spoju objektivnih i subjektivnih okolnosti s kojima se Podravka na potonjim tržištima susreće, od kojih su oni potonji nedostaci u znatnoj mjeri riješeni. Ostali su, međutim, problemi koji proizlaze iz strukturalnih promjena u kategorijama u kojima je Podravkin biznis bio i najveći. U tom je kontekstu spomenuo Lagris, jer je u Češkoj ponajviše došlo "do promjene konkurentne situacije", prvenstveno u biznisu riže i grahorica. Markulin je, ipak, bio vrlo optimističan u pogledu daljnje ekspanzije, navodeći kako je najbolji način da Podravka osigura svoje trajnije mjesto na europskim tržištima u primjeni najnaprednijih svjetskih standarda upravljanja u prehrambenoj industriji.

U Malinskoj je 16. prosinca održan prošireni kolegij Podravkine Prodaje Hrvatska**Za nas Podravkaše ne postoji riječ - ne može**Piše i snimio: **Boris Fabijanec**

U Malinskoj na otoku Krku, u tamošnjem hotelu Malin, održan je 16. prosinca prošireni kolegij Podravkine Prodaje Hrvatska na kojemu su analizirani ovogodišnji rezultati te predstavljeni planovi za 2006. godinu. Pozdravljajući Podravkaše, direktor Prodaje Hrvatska Marin Pucar je istaknuo kako za svaku godinu na izmaku kažemo da je bila zatjevna, a da će iduća biti još zahtjevnija.

- Podravka može biti ponosna na ekipu koju ima u Prodaji. Veliki smo, jaki i moćni te možemo realizirati sve ciljeve koji su pred nas postavljeni. Iako je plan za iduću godinu vrlo ambiciozan i tu uopće ne sumnjam da će biti teško i naporno, vjerujem da će ova ekipa planove ostvariti - rekao je prvi čovjek Podravkine Prodaje Hrvatska te na kraju svima zahvalio na učenjenom tijekom 2005. godine.

Na kolegiju su predstavljeni i planovi po kategorijama proizvoda - dodaci jelima, Podravka jela, dječja hrana, slastice i snack, povrće i kondimenti, voće i čaj, mesni program Danice i zamrznuti program za iduću godinu, koji su u nekim segmentima zaista ambiciozni. Uz to, predstavljen je daljnji program racionalizacije poslovanja te su Podravkini djelatnici u prodaji upoznati s daljnjim tijekom restrukturiranja prodaje i logistike. Naime, ove godine je počelo restrukturiranje Pro-

daje Hrvatska u kojemu se prodajna operativna programa prehrane spojila s programom pića. Restrukturiranje će se nastaviti i iduće godine kada se očekuje fuzioniranje prodajne operative Danice s ostatkom Prodaje Hrvatska. Također, u segmentu logistike ide se u rekonstrukciju, a sve s ciljem bolje i efikasnije te troškovno jeftinije distribucije.

U Malinskoj je Podravkašima detaljno predstavljen store check za program dječje hrane. Tom prigodom je istaknuto kako su analizom obuhvaćene sve regije i distributivni centri, POS materijali, konkurencija te dodatno izlaganje. Točnije, analizirana su 422 prodajna mjesta, gdje je pozicioniranje dječje hrane odrađeno prema novim SMART ciljevima, a i dodatna izlaganja su odrađena na svim prodajnim mjestima, gdje je to bilo omogućeno. Istaknuto je kako je prodajna operativna odradila sve po standardima dogovorenih aktivnosti s kupcima i njihovim prodajnim mjestima. Također, analiza store checka je pokazala kako su na velikoj većini prodajnih mjesta odrađeni planogrami za dječju hranu, ali je primijećeno da će trebati dodatno pojačati obradu indirektnih prodajnih mjesta.

Na kraju kolegija Podravkašima se obratio član Uprave naše tvrtke Miroslav Vitković te zahvalio svim djelatnicima Prodaje Hrvatska i Logistici na postignutim ovogodišnjim rezultatima.

- Iza nas je teška, ali uspješna godina u kojoj je konstantno išla reorganizacija prodaje, a uostalom i cijele tvrtke. Naime, kompanija ide u jednom smjeru centralizacije, međutim što se tiče terena trudit ćemo se da na neki način provedemo decentralizaciju te time povećamo efikasnost i smanjujemo troškove. Situacija na tržištu nas svakodnevno tjera da se mijenjamo, da budemo bolji. Pojačat ćemo suradnju s kompanijama u regiji, nastaviti ćemo program restrukturiranja, ne samo prodaje, već i logistike, a u tom dijelu očekujemo kako će iduće godine krenuti projekt Dugopolje, a onda na red dolaze i ostali - rekao je Miroslav Vitković. Također, on je naglasio kako i dalje najprofitabilniji program naše tvrtke, Vegeta, mora biti u fokusu prodajnih aktivnosti, a iduća godina bit će odlučujuća i za program pića.

- Mi smo Podravka, to ime stvara poštovanje i apsolutno se ne može čuti riječ - ne može. Svjestan sam da ima i bit će problema, ali oni će se kao i do sada rješavati u hodu. Svima vama želim da se i dalje osjećate dijelom pobjedničkog tima - rekao je Miroslav Vitković.

Nakon kolegija održana je mala zabava na kojoj su se Podravkaši iz prodaje napokon malo opustili. Za odličan ugođaj pobrinuo se osječki muzički sastav Orion, a već početkom siječnja tržišna utakmica kreće ispočetka.

Internet natječaj "Vidi Web Top 100"**Podravki nagrada za najveći doprinos u internet tehnologijama**

Medijska kuća i istoimeni časopis Vidi organizator je nacionalnog internet natječaja za nagradu "Vidi Web Top 100". Natječaj se organizira već šestu godinu za redom, a ove godine u suorganizaciji s Hrvatskom gospodarskom komorom.

Ove je godine prvi puta dodijeljena i posebna nagrada - "Nagrada za najveći doprinos u internet tehnologijama". Ova posebna nagrada dodijeljena je Podravki d.d. za kontinuirano ulaganje u internet i nove tehnologije čime se daje jasna poruka vlasnicima, dioničarima te javnosti o spremnosti na sve promjene koje danas nalaže prisutnost na globalnom svjetskom tržištu. Nagrade je uručio ministar gospodarstva Branko Vukelić, a u ime Podravke nagradu su primili Darko Marinac i Tanja Gligorović.

U šest godina održavanja nacionalnog internet natječaja web stranice Podravke svake su godine uvrštene u listu najboljih te se mogu pohvaliti ovom kontinuiranom razinom kvalitete.

Žiri koji je tijekom ovih šest godina ocjenjivao kvalitetu web stranica činilo je više od pedeset stručnjaka iz više od trideset hrvatskih i svjetskih redakcija, organizacija i korporacija.

Više od 2.900 prijavljenih web siteova ove godine, garantiralo je oštru konkurenciju u svakoj od deset kategorija.

Pored iznimno vrijedne nagrade za dugogodišnju kvalitetnu prezentaciju kompanije na internetu, nagradu su dobile i Podravkine korporativne Internet stranice www.podravka.com uvrštenjem među deset najboljih u kategoriji korporativnih internet stranica, dok je Podravkin kulinarški portal www.colinarika.com uvršten među deset najboljih u kategoriji Sport i zdravlje.



Podravkaši su s pravom ponosni na nagradu za najveći doprinos u internet tehnologijama



Podravkašima iz Prodaje Hrvatska prigodnim riječima obratio se i član Podravkine Uprave Miroslav Vitković

U Podravki je 22. prosinca održan kolegij Marketinga**Brojne marketinške novosti i aktivnosti u idućoj godini**

U poslovnoj zgradi Podravke održan je 22. prosinca prošireni kolegij Marketinga naše tvrtke na kojemu su se okupili direktori marketinga svih tržišta na kojima Podravka djeluje, a to su: Hrvatska, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Srbija, Crna Gora, Kosovo, Mađarska, Češka, Slovačka, Poljska, Rusija, Australija, Njemačka, Rumunjska, Pribaltik i Ukrajina. Podravkaše s inozemnih tržišta pozdravio je direktor sektora Marketing Romeo Nakić te tom prigodom istaknuo kako će ovaj cjelodnevni kolegij dati brojne odgovore na što i kako raditi iduće godine da bi se ostvarili vrlo ambiciozno zadani ciljevi.

- Drago mi je što je ovakav zajednički marketinški skup upravo iniciran od strane Marketinga. Mogu reći da

nas očekuje jako puno posla jer želimo ispuniti zadane ciljeve koji su iduće godine vrlo ambiciozni. Bit će puno promjena u marketingu - novi alati poput načina planiranja i izvještavanja te određene intervencije u organizaciji koje će se pokušati implementirati - istaknuo je u svom govoru član Uprave Podravke zadužen za marketing Saša Romac.

Detaljne ciljeve i planove aktivnosti za 2006. godinu po kategorijama - dodaci jelima, Podravka jela, dječja hrana i kremni namazi, slastice, snack i mlinarski proizvodi, povrće i kondimenti, voće i čaj, zamrznuti proizvodi, mesni proizvodi, pića, riža i gastro - direktorima marketinga na Podravkinim inozemnim tržištima pojasnili su category menadžeri. Nastavit će se zacrtani smjerovi razvoja

proizvoda, analizirat će se postojeća distribucija i pronaći bolji te troškovno jeftiniji i efikasniji modeli, a što se tiče trade aktivnosti, u tom segmentu nastaviti će se sinergijska podrška komunikacijskim aktivnostima tijekom cijele godine. Prema onome što se vidjelo i čulo, planovi za iduću godinu su zaista ambiciozni.

Tijekom kolegija i direktori marketinga tržišta pojasnili su svoje planove aktivnosti za iduću godinu, potom su razmatrana mjesečna izvješća te plan aktivnosti službe UP. Na kraju, Romeo Nakić dao je opću viziju Podravkinog marketinga u 2006. godini te istaknuo kako marketinška ekipa naše tvrtke zna što hoće i da hoće biti bolja nego što je zapisano u planovima.

B. F.

Prošireni kolegij Marketinga naše tvrtke okupio je direktore marketinga svih tržišta na kojima Podravka djeluje

Susret predsjednika Uprave s pripravnicima

Znanje je Podravkina potencijalna prednost

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

Na tradicionalnom božićnom druženju u Podravkinjoj kino sali protekloga se petka više od četrdeset Podravkinih pripravnika susrelo s predsjednikom Uprave Podravke Darkom Marincem, koji je tom prilikom izjavio kako je upravo znanje Podravkina potencijalna prednost. Budući da je Podravka kompanija u kojoj se zapošljava najviše mladih, obrazovanih ljudi s područja Koprivnice, završeni im fakulteti omogućavaju posao, ali nisu jamstvo kvalitetnog obavljanja posla. Stoga je pripravnicima poručio neka, bez obzira na završene fakultete, nastave učiti.

- Podravka je tvrtka otvorena srca i nadam se da će tako i ostati. Trendovi na tržištu stalno se mijenjaju, zato mnogo nade polažemo u nove ljude bez predrasuda. Drago mi je da ste u Podravki, jer vjeruje-

mo u mlade ljude koji će pomoći da ona bude još bolja nego danas. Osjećajte se kao da ste vi Podravka, jer Podravku čine ljudi, a upravo vi biste trebali Podravku i Hrvatsku voditi u Europu - rekao je u svojem obraćanju pripravnicima predsjednik Marinac.

Na susretu je prvi puta proglašen najbolji pripravnik. Komisija u čijem su sastavu bili voditeljica edukacijskih programa Tatjana Jukić, viša referentica Tanja Gregurek i pomoćnik direktora sektora Ljudski potencijali Marko Ranilović, najboljom je pripravnicom proglasila Biljanu Ćustić, tehnologa iz Razvoja proizvoda. Tom joj je prigodom uručen Podravkin sat s posvetom, plaketa, te mogućnost odabira edukacije u iznosu od 2.000 eura. Budući da su kriteriji prilikom odabira najuspješnijeg pripravnika bili kvaliteta pripravnčkog dnevnika, kvaliteta završnog rada, procjena mentora, te odnos i zalaganje prema

radu tijekom 10 mjeseci kroz Opći program pripravnništva. Biljana je i prezentirala svoj završni rad na temu "Papain, biljni enzim za razgradnju proteina".

Voditeljica edukacijskih programa Tatjana Jukić prezentirala je CD, specijalno izrađen za pripravnike i nove zaposlenike Podravke. CD će olakšati njihovo snalaženje prilikom dolaska u kompaniju jer sadrži korisne informacije poput Podravkine povijesti, organizacijske strukture, kolektivnog ugovora, korporativnih obrazaca, uloge i funkcije SPP-ova i korporativnih sektora i mnogih drugih korisnih informacija iz različitih cjelina. Ujedno, CD sadrži sve podatke, korake i zaduženja koje pripravnik, mentor i Ljudski potencijali imaju kao ključni nositelji Pripravnčkog programa. Namjera Ljudskih potencijala je kontinuirano podizati kvalitetu programa, te pospješiti komunikaciju nositelja programa razvijajući pritom poduzetnost, proaktivnost i profesionalnost mladih ljudi. Susret je ujedno bio prigoda da se predstavi Upravljanje strateškim procesom i strategija Podravke, o čemu je govorio Mislav Jurišić, pomoćnik direktora Podravkinog Sektora za strateški razvoj.

Iz Ljudskih potencijala doznajemo kako se ovakav način programa pripravnništva prakticira već treću godinu za redom. Izbor najboljeg pripravnika predstavlja pomak u kvaliteti programa, a cilj mu je motivacija pripravnika i njihovih mentora. U izbor za najboljeg pripravnika ušlo je 40 novih zaposlenika koji su svoj pripravnčki rad prezentirali u 2005. godini, a najviše njih, čak više od 70 posto, dolazi s prehrambeno biotehnološkog i ekonomskog fakulteta.



Podravkine pripravnike pozdravio je predsjednik Uprave Darko Marinac

Susret: Biljana Ćustić - najbolja pripravnica

Čast je biti najboljom pripravnicom u Podravki

Biljana Ćustić je među pedesetak pripravnika zaposlenih u Podravki posljednjih godinu i pol, a proglašena najboljom pripravnicom. Stoga joj je predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac uz čestitke uručio plaketu, Podravkin sat s posvetom i mogućnost izbora edukacije u iznosu od 2.000 eura.

- Još uvijek nisam izabrala edukaciju, budući da sam ostala zatečena proglašenjem za najbolju pripravnicu. Međutim, željela bih se educirati u području svoje struke, odnosno putem edukacije saznati nešto više o poveznici prehrane i marketinga. Sretna sam što sam proglašena najboljom pripravnicom i to mi priznanje mnogo znači. Vjerujem da će i budućim zaposlenicima biti poticaj u obavljanju kvalitetnog pripravnčkog staža.

Biljana je iz Čakovca, a diplomirala je na Prehrambeno - biotehnološkom fakultetu u Zagrebu. Prije devet mjeseci završila je pripravnništvo u Sektoru Razvoj proizvoda gdje trenutno

radi kao tehnolog u Razvoju dodataka jelima, juha i polugotovih jela.

- Zadovoljna sam u Podravki, jer sam okružena mladim ljudima u radnoj cjelini u kojoj je izražen timski rad. Nakon završenog fakulteta nisam imala predodžbu kako će izgledati moje radno mjesto, ali sada sam zadovoljna u kompaniji u kojoj se mogu posvetiti razvoju novih proizvoda. Na takvom mjestu može do izražaja doći vlastita kreativnost, a tu je i dosta intezivna dnevna operativa.

Za svoj je završni rad, pod mentorstvom direktorice Razvoja juha i Podravka jela Tanje Cvetković, izabrala temu "Papain, biljni enzim za razgradnju proteina" pa je tako i u svojoj prezentaciji govorila o mehanizmu njegovog djelovanja, povijesti proizvodnje, mogućnosti primjene prvenstveno u prehrambenoj i farmaceutskoj industriji, uvjetima djelovanja, te o proizvodima na tržištu koji sadržavaju papain.

- U Podravki se ne primjenjuje taj



enzim pa sam iskoristila priliku za istraživanje, čiji su rezultati primjenjivi u praksi. Budući da sam se na fakultetu opredijelila za smjer nutricionizam, smatram ga strukom budućnosti, jer se hranom može utjecati na zdravlje. Namjeravam se i dalje uz redoviti posao baviti istraživanjem na tom području koje još nije saživjelo u Hrvatskoj pa za sada uglavnom koristim stranu literaturu i informacije putem interneta. U svakom slučaju željela bih svoj rad nastaviti u Podravki jer tu vidim svoju budućnost. **I. B.**

U tvornici Mlinovi u tijeku je montaža nove mješaone brašna

Izgradnja mješaone brašna uz mlin u Koprivnici trenutno je najveća investicija u toj Podravkinjoj tvornici

U tvorničkom dvorištu Podravkine tvornice Mlinovi ovih dana počela je montaža nove mješaone brašna uz mlin u Koprivnici, za koju su radovi izrade betonskog postolja završeni prije nekoliko dana.

Mješaona brašna jedno je od najakutnijih uskih grla tvornice Mlinovi. Za koprivnički mlin kapaciteta 100 tona na dan, potrebna je, po pravilima struke, mješaona brašna od bar 500 tona (konkurentni mlinovi imaju mješaone kapaciteta i do 2.000 tona).

Koprivnički mlin ima mješaonu brašna kapaciteta svega 216 tona, što nije dovoljno ni za zakonom propisano odležavanje brašna! Zato je povećanje kapaciteta jedna od strateških investicija, koja za ovu tvornicu znači i garanciju opstanka u nadolazećoj sve većoj konkurenciji u europskom okruženju.

Treba naglasiti da unatoč takvoj situaciji tvornica Mlinovi proizvodi najširi asortiman standardnih, namjenskih i specijalnih brašna i mješavina u Hrvatskoj! Presudnu ulogu u ovome svakako ima visoki stupanj stručnosti, zalaganja i entuzijazma Podravkinih mlinara i silosara, od najnižeg do najvišeg stručnog nivoa, koji iz tehnologije i opreme kojom raspolažu - izvlače maksimum.

Budući da se u sadašnjoj situaciji velikog rasta prodaje došlo do granice proizvodnih veličina koje tržište traži (npr. mala pakiranja brašna porasla su u zadnje 4 godine sa 4.100 na 9.200 tona!), proširenje mješaone brašna bilo je nužno rješenje.

Nova mješaona imat će kapacitet od 350 tona. Prema riječima direktora Mlinova i direktora Projekta mješaone brašna Stjepana Vodopivca, izgradnja teče prema terminskom planu iz ugovora sa zagrebačkom firmom «Mlinoprojekt». Po tome planu, dovršetak gradnje i probni rad predviđeni su u ožujku iduće godine, i samo vrlo nepovoljni zimski uvjeti mogu taj termin prolongirati.

Kod tehnološkog rješenja mješaone primijenjena su najnovija u svijetu što ih poznaje struka, a uz to radi se o kompjuterskom upravljanju i o nizu specifičnih tehnoloških unapređenja. Maksimalno je iskorištena i uklopljena oprema postojeće mješaone, pa će proširena mješaona omogućiti daljnje širenje programa industrijskih mješavina i namjenskih brašna kakve proizvode najmoderniji europski mlinovi.

S. V.



Montaža ćelija mješaone brašna uz mlin u Koprivnici

Hrvatska gospodarska komora - Županijska komora Koprivnica

Rasprava o Zakonu o javnoj nabavi

U Križevcima je održana sjednica Gospodarskog vijeća HGK - Županijske komore Koprivnica na kojoj su gospodarstvenike naše županije Vladini dužnosnici informirali o izmjenama i dopunama Zakona o javnoj nabavi. Predstojnik Ureda za javnu nabavu Vlade RH Mate Regvar govorio je o tome kako će se u praksi primjenjivati novi zakon. Savjetnik u Uredu za javnu nabavu Ivan Žilić, nakon opsežnog upoznavanja sa svim izmjenama i dopunama, uputio je i korisne savjete naručiteljima i podnositeljima u području javne nabave. Potpredsjednica HGK Vesna Trnokop-Tanta najavila je narednu godinu godinom edukacije, jer samo praćenjem svih promjena u sustavu približavanja europskim integracijama pridonijet će se konkurentnosti poduzeća i svega što nas očekuje. Stoga će se iduće godine održati niz edukativnih radionica i aktivnosti.

I. B.

Pregled događanja u Podravki u 2005.

SIJEČANJ

Podravka pružila pomoć žrtvama potresa u južnoj Aziji

Podravka se uključila u akciju humanitarne pomoći žrtvama u južnoj Aziji, donirajući dječju hranu Lino. Time je pokazala inicijativu da pomogne na najprimjereniji način donirajući hranu koja je najpotrebnija uz vodu i lijekove nakon tragedije izazvane potresom u zemljama južne Azije.

Još jedno priznanje Vegeti

Potvrda Vegeti kao najprepoznatljivijoj hrvatskoj robnoj marki, dobivena je u velikom istraživanju koje je u četiri države bivše Jugoslavije provela slovenska agencija CATI. Ova agencija provodi istraživanje kojim proučava zastupljenost robnih marki na tržištima Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine te Srbije. Potrošači u Hrvatskoj najprepoznatljivijim brandom drže Vegetu, a osim što je najprepoznatljiviji proizvod kod nas, Vegeta je na drugom mjestu popularnosti robnih marki u BiH, dok je u Sloveniji na četvrtom.

Lagrisova reklamna kampanja druga u Češkoj

Prema ocjeni stručnog žirija sastavljenog od predstavnika reklamnih agencija, medija i klijenata, reklamna kampanja Podravkinog Lagrisa u češkoj osvojila je drugo mjesto, a iza Lagrisa su se našli mnogi europski megabrandovi.

Koprivnička tiskarnica dobila ISO certifikat

Direktoru Koprivničke tiskarnice d.o.o. Nevenu Magdiću uručen je ISO certifikat od strane DNV (Det Norske Veritas), certifikacijske kuće s kojom je Podravka do sada surađivala u nizu projekata. Na taj se način i naša tiskarnica svrstala među najkvalitetnije proizvođače papirne i kartonske ambalaže, ali i drugih proizvoda.

Uručene stipendije i potpore Zaklade "prof. Zlata Bartl"

Zaklada "prof. Zlata Bartl" dodijelila je deset stipendija i deset potpora za školsku godinu 2004./2005. redovitim studentima dodiplomskih i poslijediplomskih studija. Dobitnici stipendija i potpora su polaznici medicinskog, pravnog, ekonomskog, filozofskog, prirodno-matematičkog fakulteta, te akademije likovnih umjetnosti i muzičke akademije. Nagrade je uručio Darko Marinac.



VELJAČA

Ministar Čobanković u Podravki

Podravku je u veljači posjetio ministar poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva Petar Čobanković, sa suradnicima. Tom je prigodom održan sastanak ministra i njegovih suradnika s članovima Uprave Podravke i direktorima pojedinih Podravkinih sektora.

Nova nagrada za Podravkino izvješće

Godišnje izvješće Podravke d.d. za 2003. godinu nagrađeno je priznanjem Typographic Excellence na jednom od najprestižnijih svjetskih natjecanja za tipografiju. Izvješće pod nazivom "Tajna dobre kuhinje" rad je reklamne agencije Bruketa&Žinić. Natjecanje je 51. put za redom organizirao Type Directors Club iz New Yorka, a prijavljeno je ukupno 2456 radova iz 37 zemalja, od kojih je odabrano 226 najboljih.

Vegeta među najpoznatijim brandovima u Poljskoj

Najpoznatija Podravkina marka, Vegeta, primila je još jednu vrijednu nagradu u međunarodnom okruženju. Ove je godine prvi puta u Poljskoj organiziran natječaj "Superbrands". Program se sastoji od izbora najjačih marki u svakoj od 30 zemalja sudionica. Predstavnici novinara, vodećih reklamnih i agencija za odnose s javnošću i istraživanje tržišta, te predstavnici najvećih poljskih tvrtki, ocijenilo je 1200 potrošačkih marki u Poljskoj. Prema njihovoj ocjeni, Vegeta je jedna od najjačih marki u Poljskoj pa joj je pripala nagrada "Superbrand Polska".



Podravka je prvi veliki partner Nacionalne udruge malih i obiteljskih hotela

Na Plitvicama je prilikom održavanja 36. hrvatskih poslovnih susreta "Proizvođači hotelijerstvu 2005" potpisan sporazum Podravke i Nacionalne udruge malih i obiteljskih hotela. Sporazum su potpisali Miroslav Vitković i Šime Klarić. Potpisivanjem ovoga sporazuma zastupljen je cjelokupni asortiman Podravkinih proizvoda u ponudi malih i obiteljskih hotela.

OŽUJAK

Podravka glavni partner sajma GAST u Splitu

U Splitu je početkom ožujka održan međunarodni sajam GAST na kojemu je Podravka prisutna već niz godina, a ove je godine bila glavni partner među 600 izlagača. Podravkin štand bio je ureden u znaku juha u gastro pakiranju, a naši gastropromotori pripremali su degustacije juha za brojne posjetitelje.

Uručene diplome polaznicima POMAK-a

Na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu dodijeljene su diplome prvoj generaciji polaznika Podravkine menadžerske akademije POMAK, jedine menadžerske akademije u Hrvatskoj koju je osnovala jedna kompanija. Diplome POMAK-a polaznicima je uručio Darko Marinac, dok je zamjenik dekana Ekonomskog fakulteta u Zagrebu Darko Tipurić uručio polaznicima diplome FBA - osnovnog modula POMAK-a ostvarenog u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Zagrebu. POMAK je završilo 46 polaznika.

Podravka dobiva nova službena vozila

Podravka je potpisala ugovor s tvrtkom Auto Zubak o nabavci novih vozila za potrebe prodajne operative i menadžmenta - Golf karavana i Passata. Podravka se odlučila za ovaj potez nakon sveobuhvatne analize koja je pokazala da bi troškovi održavanja postojećih vozila znatno porasli u predstojećem razdoblju. Automobili marke Volkswagen uzeti su na leasing od tri godine, a ovim ugovorom između Podravke i Auto Zubaka troškovi održavanja vozila uključeni su u cijenu leasinga i povoljniji su nego dosad.

Objedinjeno poslovanje poduzeća u Češkoj i Slovačkoj

U sklopu Projekta efikasnost, kojim se racionalizira poslovanje, Podravka je odlučila objединiti poslovanje svojih poduzeća u Češkoj i Slovačkoj. Podravka je akviriranjem Lagrisa, koji ima proizvodne pogone u Češkoj i Slovačkoj, uz svoja trgovačka predstavništva u Pragu i Bratislavi, u obje te zemlje imala po dva poduzeća. Kako bi se optimizirali troškovi, odlučeno je da će u Češkoj poslovati tvrtka Podravka - Lagris a.s. sa sjedištem u Luhačovicima, koja će objedinjavati sve Podravkine aktivnosti na češkom tržištu. Ujedno je odlučeno da se poduzeće Lagris Slovakia s.r.o. sa sjedištem u Zvolenu pripoji poduzeću Podravka International s.r.o., čije je sjedište u Bratislavi.

Podravkina web stranica u Slovačkoj

Podravka International s.r.o., Bratislava pridružuje se uz Sloveniju, Crnu goru i Srbiju, skupini Vegetinih brand siteova za Podravkina internacionalna tržišta. Stranica www.podravka.sk je na slovačkom jeziku i na njoj se nalaze osnovne informacije o Podravki, Podravkinom predstavništvu u Slovačkoj, Podravkinim proizvodima koji se distribuiraju u Slovačkoj i receptima, te dio namijenjen komuniciranju s tržištem.

TRAVANJ

Sporazum o tehničkoj pomoći i suradnji DAI-a i Podravke

Development Alternatives Inc. (DAI) i Podravka potpisali su sporazum o tehničkoj pomoći i suradnji na zajedničkom projektu jačanja proizvodnih i konkurentskih sposobnosti Podravkinih kooperanata. Sporazum su potpisali Željko Đurđina i Joe L. Welsh, a radnom sastanku prisustvovali su predstavnici kooperanata koji imaju izravnu korist od navedenog projekta,



te župan Josip Frišić. Suradnja na zajedničkom projektu temelji se na jačanju proizvodnih sposobnosti Podravkinih kooperanata s krajnjim ciljem povećanja kvalitete i vrijednosti proizvoda, posebno povrća.

Podravkinjoj mesnoj industriji produljena dozvola američke inspekcije

Dr. Aurora Craver iz američkog ministarstva poljoprivrede posjetila je sa suradnicima Podravkinu mesnu industriju i obavila godišnji nadzor koji američka inspekcija provodi kako bi se utvrdila mogućnost izvoza mesnih proizvoda na tržište SAD-a. Podravkina mesna industrija ocijenjena je visokom ocjenom prihvatljivosti i utvrđeno je da su proizvodi na najvišem stupnju zdravstvene ispravnosti i kvalitete. Tako će Podravka i dalje svoje proizvode pod izvoznim brojem HR 139 moći izvoziti na američko tržište, kao jedna od samo tri hrvatske mesne industrije.

Sporazum s Hrvatskom udrugom hotelijera

Predsjednik Izvršnog odbora Hrvatske udruge hotelijera Franco Palma i predsjednik Podravkine Uprave Darko Marinac potpisali su sporazum o dugoročnoj poslovnoj suradnji. Potpisivanje sporazuma Hrvatske udruge hotelijera i Podravke još je jedan korak u višegodišnjoj dobroj suradnji između Podravke i hotelijera, a njime je predviđeno da će se osim klasične suradnje zajednički raditi na poboljšanju i kreiranju gastronomske ponude u turizmu. Inače, Podravka značajan dio svoje prodaje u Republici Hrvatskoj ostvaruje kroz turistički sektor.

Podravkinjoj mesnoj industriji certifikat ISO 9001:2000

Podravkina mesna industrija primila je certifikat ISO 9001:2000 za kvalitetu u poslovanju. Rezultat je to obavljenih audita koje je tijekom ožujka provodila Podravkina certifikacijska kuća Det Norske Veritas (DNV). Podravkina mesna industrija Danica je prilikom certificiranja prošla put kao i ostali dijelovi Podravka Grupe koji već imaju certifikat, a koje su Norvežani ponovno provjeravali tijekom ožujka.



Uspješan nastup Podravke na sajmu u Švedskoj

Sajam Elmia Food Mart održava se svake druge godine i najveći je sajam prehrambenih proizvoda na području Skandinavije. Na ovom sajmu uspješno je nastupila i Podravka, predstavivši Vegetu, juhe, Fantove i druge proizvode.

SVIBANJ

Novi dizajn najpoznatije hrvatske robne marke Vegete

Vegeta je na tržište ušla s novim vizualnim izgledom. Kako bi ostala dosljedna i prepoznatljiva na tržištu, ambalaža Vegete i dalje je plave boje, a nadopunjuje je lik kuhara i povrće. Logo Vegete vizualno je trodimenzionalan, a novost je i nutricionistička tablica. Vegeta u novoj ambalaži u prodaji je od početka svibnja.



Podravki Euromoneyeva Nagrada za izvrsnost u poslovanju

Glavni izvršni direktor Euromoneya Richard Ensor i direktor za područje srednje i istočne Europe Martin Born uručili su predsjedniku Podravkine Uprave Darku Marincu Nagradu za izvrsnost u poslovanju. Euromoney, jedan od najutjecajnijih europskih financijskih časopisa, prvi je puta proveo rangiranje kompanija na području srednje i istočne Europe. Između 336 kompanija koje su obuhvaćene istraživanjem Podravka je proglašena najboljom. Nagrada Euromoneya jedna je od najprestižnijih u međunarodnom okruženju, ponajprije u segmentu financija i financijskih institucija, ali i korporacija koje nisu iz svijeta financija.

Stanislav Biondić novi je predsjednik Uprave Belupa

Stanislav Biondić novi je predsjednik Uprave Belupa, odlučeno je na sjednici Nadzornog odbora koprivničke farmaceutske kompanije. Uz Biondića kao predsjednika, članovi novoimenovane Uprave bit će Branka Perković i Hrvoje Kolarčić.

(Nastavak na 9. str.)

Blagdanski stol s Podravkom

Bijela riba pečena s povrćem

Fileti bijele ribe pečeni u pećnici uz već očekivane krumpire dobit će “kumpaniju” maslina, kapara i rajčica. U tom su slučaju začini poput češnjaka, ružmarina i bijelog vina gotovo zapovijed, a svi ostali sastojci tajnom koju smo vam odlučili otkriti u receptu.

Sastojci za 4 osobe:

- 1 kg krumpira
- 2 žlice limunova soka
- malo soli
- 800 g bijele ribe (oslić, grdobina, list...)
- 1 žlica Vegete
- 50 ml maslinova ulja
- 50 - 100 ml bijelog vina
- 2 grančice ružmarina
- 2 češnja češnjaka
- 20 g kapara
- 100 g crnih maslina bez koštica
- 150 g rajčica
- 1 žlica nasjeckanog peršina

Postupak:

Krumpir ogulite, narežite na ploške debljine oko 1 cm i stavite u kipuću vodu. Kuhajte ga vrlo kratko (2 - 3 minute), ocijedite, a zatim ga stavite u vatrostalnu posudu i pospite Vegetom. Dodajte masline, nasjeckani češnjak, rajčice, kapare, grančice ružmarina i maslinovo ulje. Sve dobro izmiješajte i

prelijte s oko 150 ml vruće vode. Pokrijte aluminijskom folijom i pecite u pećnici zagrijanoj na 220°C oko 25 minuta. Za to vrijeme ribu očistite, filetirate, nakapajte limunovim sokom i malo posolite. Krumpir izvadite iz pećnice, maknite foliju, lagano promiješajte i po njemu položite filete ribe. Posudu s krumpirom i ribom vratite u pećnicu i nastavite peći na 200°C oko 25 minuta. Pred kraj pečenja dodajte vino.

Posluživanje:

Ribu s krumpirom pospite peršinom i poslužite.

Savjet:

Ovo jelo možete dodatno oplemeniti dodate li mu zelene ili bijele šparoge.

Vrijeme pripreme: 1 sat



Božićna purica

Tradicionalna pečenka, obično s mlincima, uz male izmjene može uvijek imati jednako prepoznatljiv, ali uvijek nov okus. Ovom vas recepturom podsjećamo na starinsku, vrlo ukusnu recepturu za pečenku s voćem. Iako vam se možda čini nesvakidašnjom a ona to i jest - sigurni smo da odsad nećete dopustiti da ode u zaborav.

Sastojci za 4 do 6 osoba:

- 1 purica (oko 3 kg)
- 1 žlica Vegete
- sol
- 3 zelene jabuke
- 3 kruške
- 250 g crnog grožđa
- 100 ml ulja
- 100 ml vode
- 100 ml bijelog vina
- 1 žličica škrobnog brašna gussnel - Dolcela
- 250 g domaćih mlinaca
- 50 g maslaca

Postupak:

Puricu razrežite po duljini hrpta. Pažljivo izvadite sve kosti, osim bataka, a meso od krila uvucite. Iznutra je



natrljajte Vegetom, a izvana solju i ostavite neka odstoji najmanje sat vremena, a najbolje preko noći. Mlince prelijte kipućom vodom, ocijedite, pomiješajte s rastopljenim maslacem pa napunite puricu. Sve otvore zatvorite kuharskim koncem. Stavite puricu u odgovarajuću tepsiju, prelijte je vrućim uljem i pecite u pećnici zagrijanoj na 180°C oko 2 sata. Za vrijeme pečenja puricu podlijevajte mješavinom vode i vina. Nakon sat vremena stavite oko purice oguljene jabuke i kruške prerezane napola i očišćene od sjemenki. Potkraj pečenja dodajte bobice grožđa. Kad je purica pečena,

izvadite konac i narežite je na komade. Voće izvadite, a umak od pečenja procijedite. U umak umiješajte škrobno brašno koje ste razmutili s malo vode te kratko prokuhajte.

Posluživanje:

Uz pureće odreske s mlincima poslužite pečeno voće i umak od pečenja.

Savjet:

Puricu možete zamijeniti guskom.

Mala tajna:

Mlincima prelivevim kipućom vodom lakše ćete nadjenuti puricu, a tijekom pečenja oni će dovoljno omekšati.

Vrijeme pripreme: 2 sata i 40 minuta

File nadjeven tartufima

Za jednu od sljedećih svečanih prigoda iskušajte sposobnost baratanja kuhinjskim priborom i upustite se u pripremu jela koje će i najkritičnije ostaviti bez teksta. Mala se tajna, osim u Vegeti, nalazi i u finim i skupocjenim sastojcima (tartufi!), dok je sam način pripreme vrlo jednostavan!

Sastojci za 4 osobe:

- 1 svinjski file (600 g)
 - 2 žličice Vegete
 - papar
 - 100 ml bijelog suhog vina
 - 1 žlica nasjeckanog peršina
- Za nadjev:*
- 50 g ribanog ovčjeg sira

- 1 češanj protisnutog češnjaka
- 40 g bijelih tartufa
- 70 g maslaca

Postupak:

Svinjski file izdubite kuhačom i napunite pripremljenim nadjevom. Meso izvana pospite Vegetom, popaprite i popецite sa svih strana na zagrijanom ulju. Na kraju podlijte vinom i kratko prokuhajte.

Posluživanje:

Poslužite posuto peršinom uz čašu terana.

Savjet:

Prije posluživanja file narežite na medaljone.

Vrijeme pripreme: 35 minuta.



Sočan kuglof s narančom

Poslužen uz šalicu kave sa šlagom ili čaja, kuglof na stolove donosi dah starine i blagdanskog ugođaja, pa nema razloga da u njemu ne uživati i vi. I to ne u bilo kakvom, već - sočnom i s narančom!

Sastojci:

- 8 jaja
- 100 g šećera
- 1 vanilin šećer Dolcela
- pola žličice naribane narančine korice
- 2 naranče, oguljene i narezane na kockice
- 100 g grubo narezane čokolade za kuhanje
- 200 g oštrog brašna Podravka, tip 500
- 1 prašak za pecivo Dolcela
- 150 g maslaca

Postupak:

Odvojite žumanjke od bjelanjaka, bjelanjke istucite u čvrsti snijeg pa im dodajte šećer i vanilin šećer. Umiješajte žumanjke, narančinu koricu, naranču i čokoladu. Brašno izmiješajte s praškom za pecivo pa umiješajte u smjesu. Na kraju dodajte otopljeni maslac. Smjesu izlijte u namašćen i pobrašnjen kalup za kuglof i pecite u pećnici zagrijanoj na 170°C oko 60 minuta. Kolač malo ohladite pa izvadite iz kalupa.

Posluživanje:

Prije posluživanja kolač pospite šećerom u prahu.

Savjet:

Prije početka pripreme, kalup za kuglof namažite maslacem ili mašču, pospite ostrim brašnom pa stavite u hladnjak.

Vrijeme pripreme: 80 minuta.



Frankopanska torta



Kako se nekada dobro jelo, možemo okusiti i sami, kušajući krišku slasne Frankopanske torte. Prepustite se užtku u potpunosti, a o kalorijama ćemo razmišljati sutra...

Sastojci:

- 1 kora lisnatog tijesta Podravka
- Za biskvit:*
- 4 jaja
- 4 žlice šećera
- 4 žlice brašna
- 1/2 žličice praška za pecivo Dolcela
- Za kremu:*

- 5 žumanjaka
- 150 g šećera u prahu
- 2 vanilin šećera Dolcela
- 300 g maslaca
- 1 žličica naribane limunove korice

Postupak:

Odvojite žumanjke od bjelanjaka. Od bjelanjaka istucite čvrsti snijeg, a žumanjke pjenasto izmiksajte sa šećerom. Nakon toga žumanjcima naizmjenice dodajte brašno, koje ste prethodno pomiješali s praškom za pecivo, i lagano umiješajte snijeg od bjelanjaka. Bis-

Ekstravagantni šampanjac

Šampanjac se oduvijek smatrao posebnim pićem za posebne prilike, a kada se pojavi kao glavni lik u koktelu, postaje još posebniji i elegantniji. Iako sadrži osnovne elemente pravog koktela (osnovni sastojak, zaslađivač i malo bitera), spada u najjednostavnija pripremljena miješana pića.

Sastojci za 4 osobe:

- 500 ml šampanjca
 - 4 kocke šećera
 - par kapi konjaka
 - par kapi bitera
- Postupak:*

U široku čašu stavite kocku šećera, poprskajte je s par kapi cognaca i bitera pa zalijte dobro rashlađenim šampanjcem.



Posluživanje:

Šampanjac poslužite u specijalnim prilikama uz koktel zalogaje.

Savjet:

Umjesto šampanjca možete upotrijebiti bilo koje pjenušavo vino.

Vrijeme pripreme: 10 minuta

kvitnu smjesu izlijte u okrugli kalup, koji ste prethodno obložili pek papirom promjera 24 cm. Pecite u pećnici zagrijanoj na 180°C 25-30 minuta. Biskvit ohladite i razrežite tako da dobijete dvije biskvitne kore. Lisnato tijesto izrežite tako da mu je promjer 24 cm. Za kremu, žumanjke pomiješajte sa šećerom u prahu, vanilin šećerom i kuhajte na pari oko 20 minuta, tj. dok ne dobijete gustu kremastu strukturu. Kremu ohladite, a zatim umiješajte maslac i naribanu limunovu koricu. Biskvitnu

koru premažite dijelom pripremljene kreme, a na to stavite pripremljenu koru lisnatog tijesta. Premažite je kremom i na nju stavite drugu polovicu biskvita. Preostalom kremom premažite tortu, po želji ju ukasite i ohladite.

Posluživanje:

Tortu narežite na kriške i poslužite uz napitak po želji.

Savjet:

Prije umiješavanja kuhanu kremu malo ohladite, a maslac pjenasto izradite.

Vrijeme pripreme: 2 sata

Blagdanski prilog članova Likovne i Literarne sekcije

Jaboka za Božić

Dozrelela jaboka
crlena i debela,
i na bor sem ju
deti štela.

A dela sem jo na stol
i razdelila,
tebi pol i meni pol.
Ž njom ti dajem
svoje senje se,
svoje strahe
i cukore se.

Jel ti si meni dal
jaboko celo,
crleno i belo
i ž njom
svoje srce celo.

Marija Hegedušić



Nada Zlatar Lukavski: Božićna zvijezda

Božić 2005.

Božić je tu
Samo što nije
Pokucao
Na tvoja
I moja vrata.
Sa crkvenog zvonika
Spori otkucaji sata
Skoro će ponoć!
Ispred nas
Masa je ljudi
Zrakom treperi
Odsjaj svijetla
Sve ljude dobre volje
Obuzima nada, spokoj
Sve neki mir
I nenadana sreća.

Valentina Oštarijaš-Crljenica

Božić je došiel

Dnevi so kratki, mrzli, sivi
Za oblakom negde sonce se skriva
Zemla pod ledom spi
Toplote od nigde ni.

Sveti Josip vu štali
Kre njega Marija i Isusek mali
V jaslicam dete se smeje
Božja ga ljubav greje.

Zvezda je jedna rasvetlila nebo
Kmica je vušla, v svetlosti se bo.
I slepi so joči otprli
Si strahi so se potrli.

A gluhe sad trublja vodi
Anđeli s neba kliču: Isus se rodi!
Božja je svetlost rasterala tminu
Na slavu i falu božjem Sinu.

I narodi celi za svezdom idu
Božiću se malom si veselidu.
Na dare nam radost življenja daje
Božić vu nama sveti i traje.

V polnoč se pesma do neba čuje
Djeva nam Sina božjeg daruje.
Božić je došel i kmice već ni
Nada se nova vu sakom budi.

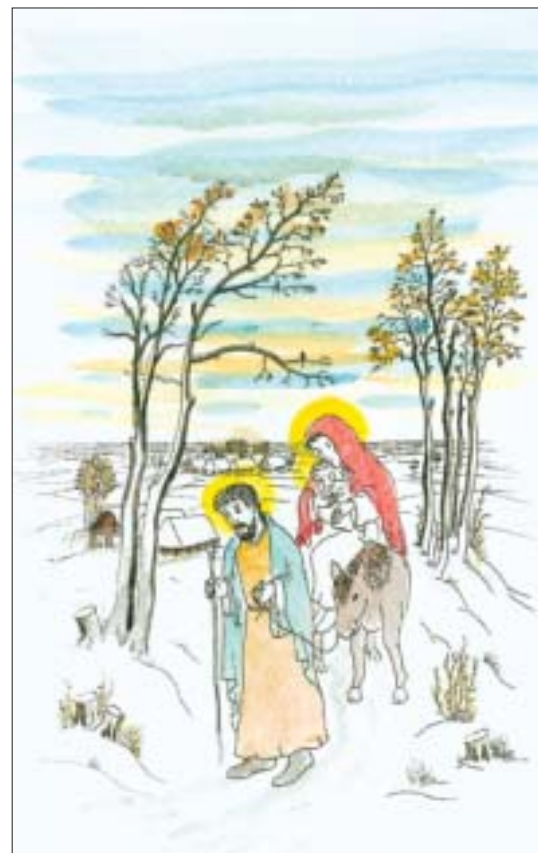
Katica Rajić Popijač



Zvonko Sigetić: Badnjak i Božić



Slava Blažeković: Polnočka



Zakaj srce

Kak te Bog lepo složil:
Od aleluj bele roke ti dal,
od mehnja zelenoga
mehkočo tela ti zdelal,
od đurđeki beli
zobe ti naredal.
Tvoja lica jaboke božićnice,
tvoje joči na boru iskrice.

Od šipka crlenoga dal ti vusnice
i smeha od cvrkutanja ftice.
Posložil ti lasi
od zanihali žita klasi.
Od vitke breze stesal ti ramena,
a zakaj srce,
i to samo srce,
ti je složil od kamena.

Ivan Picer

Slatki cajti

Ja tebi dajem lepe popevke
gda vreme išče kam me bo delo.
Stiha ti dojdem v Božićne svetke
kaj bo i srce pajdaša melo.

Nigdar ne bom pozabil vusne
s kojima si me kušnula prva.
Stopila si mi ščvrknjene prste
tam gdi se smeju Drava i vrba.

Tebi morem šeptati o vsemu.
Ti ne boš mudila moje cajte.
I vutem toga vu vsakom dnevnu
moja te duša spod sonca najde.

Milan Frčko



Zlatko Kolarek: Čestitari

Pregled događanja u Podravki u 2005.

LIPANJ

Konferencija internacionalnih tržišta

U Podravki je održana Konferencija internacionalnih tržišta. Ciljevi konference bili su dogovor oko sustava upravljanja internacionalnim tržištima, dogovori o ciljevima koji se žele postići na pojedinom tržištu i grupi tržišta, te upoznavanje s trenutnim stanjem na tržištima. Direktori Internacionala ili Predstavništava održali su prezentacije svakog pojedinog tržišta - predstavilo se ukupno sedamnaest tržišta.

Otvoren novi izvor mineralne vode "Grofovo vrelo"

Potpredsjednica Vlade i ministrica Jadranka Kosor otvorila je u Lipiku novoobnovljen izvor termomineralne vode «Grofovo vrelo», inače spomenik kulture. Izvoriste je devastirano u Domovinskom ratu, a u njegovu je obnovu uloženo oko milijun kuna, od čega je Podravka uložila 600 tisuća kuna. Prema nalazima instituta Ruđer Bošković, voda je na lipičkim izvorima starija od 7600 godina.

SRPANJ

Svečana promocija polaznika programa "Professional Diploma in Retail Management"

U Kongresnoj dvorani Ekonomskog fakulteta Zagreb diplome je primilo 30 Podravkinih menadžera - prve generacije Leeds Metropolitan Universitya u Hrvatskoj. Međusobna suradnja Leeds Metropolitan Universitya, Ekonomskog fakulteta u Zagrebu i Podravke rezultirala je organiziranjem programa Professional Diploma in Retailing Management, standardiziranog sveučilišnog programa Universitya u Leedsu. Uspješnim završetkom ovog projekta, polaznici dobivaju diplomu Professional Diploma in Retailing Management, priznatu u europskim obrazovnim sustavima.



Vegeta - dobitnik nagrade "Superbrand" u Rusiji

Vegeta je dobitnik još jednog vrijednog inozemnog priznanja - Superbrand 2005. u Rusiji. Ocjenu i klasifikaciju marki provodila je, na osnovi podataka istraživačkih kuća, nezavisna ekspertna komisija sastavljena od meritornih stručnjaka s područja marketinga, brandinga te samih potrošača. Ukupno su za nagradu i pravo nošenja znaka kandidirale 1033 robne marke, koje drže vodeće pozicije na tržištu po obujmu prodaje te prepoznatljivosti branda na tržištu Rusije. Od mogućih 400, Vegeta je dobila 385 bodova, i nalazi se u skupini od 388 brandova koji su dobili pravo nošenja znaka Superbrand na vrlo zahtjevnom ruskom tržištu. Među dobitnicima znaka prevladavaju brandovi poznatih multinacionalnih kompanija te domaćih ruskih, tako da je Vegeta jedan od vrlo rijetkih brandova s područja istočne Europe koji ima pravo nošenja statusa Superbrand. Ova nagrada ima važnost, jer označava dugogodišnju Podravkinu kvalitetu i postojanje na tom tržištu, čineći time preduvjet za daljnje povećanje opsega poslovanja u Rusiji.

KOLOVOZ

Dan rajčice u Umagu

Osmu godinu za redom, uoči početka sezone prerade rajčice, u Umagu je održan tradicionalni Dan rajčice - stručna, edukativna i promotivna manifestacija čiji je cilj unaprijediti proizvodnju rajčice za preradu u Istri te promovirati njenu visoku nutritivnu vrijednost, posebice u prerađevinama što se proizvode u jedinoj hrvatskoj tvornici za preradu rajčice u Umagu, koja je u Podravkinom vlasništvu.

Podravka prodaje "ekonomiju" u Koprivnici

U svrhu efikasnijeg upravljanja imovinom Podravka je odlučila prodati svoju nekretninu u Domagojevoj ulici u Koprivnici, tzv. «ekonomiju». Ovo je samo jedna u nizu aktivnosti koje Podravka provodi u restrukturiranju bilance i što boljem korištenju svoje imovine. Naime, ocijenjeno je da ima dosta nekretnina u Koprivnici, ali i drugim gradovima, koje nisu usmjerene na tzv. core business i ne oploduju kapital. Kupac «ekonomije» je Mercator, a prodaja «ekonomije» ne znači da Podravka odustaje od maloprodaje, budući da preostala tri Podravkina prodajna mjesta nastavljaju djelovati.

RUJAN

Preseljeni Podravkini uredi u Zagrebu

Uredi Podravke koji su se dosad nalazili na tri lokacije u središtu Zagreba, na Mažuranićevom trgu, Ulici baruna Trenka te Petrićevoj ulici, preseljeni su na jednu adresu, u Castellum centar, u Hebrangovoj ulici. Smještanjem na zajedničku lokaciju bit će znatno olakšano i racionalizirano poslovanje.

Podravka i Institut "Ruđer Bošković" dogovorili suradnju

Najveća hrvatska znanstveno-istraživačka ustanova zagrebački Institut "Ruđer Bošković" i Podravka potpisali su sporazum o znanstvenoj i stručnoj suradnji. Potpisanim sporazumom o znanstvenoj i stručnoj suradnji pozivaju se na razvoj suradnje na zajedničkim projektima, posebno u onom dijelu gdje se njihove aktivnosti i interesi preklapaju. Također se namjerava povezati znanstvenike i stručnjake iz privrede te time pospješiti aktivno uključivanje hrvatske znanstvene zajednice u jačanju hrvatskog gospodarstva i razvoj na znanju utemeljenih proizvoda.

Podravkini proizvodi nagrađeni Medaljom kakvoće

Od 13. do 18. rujna u Zagrebu se održavao 81. Jesenski međunarodni zagrebački velesajam na kojemu je Podravka osvojila nekoliko nagrada "Medalja kakvoće 2005". Podravka je dobila Medalju kakvoće za džem breskva light, 270 g, nadjev od višanja, 780 g, relish, umak od povrća, 360 g, i salsu, 360 g.

Suradnja Podravke i Swisslion Takova

Podravka i Swisslion Takovo potpisali su jednogodišnji ugovor kojim započinju suradnju na tržištu Srbije i Crne Gore. Ugovorom je definirano da će konzern Swisslion Takovo proizvoditi u SiCG goveđe juhe pod markom Podravka u skladu s Podravkinom recepturom i tehnološkim standardima. Vrijednost ugovora iznosi preko 3 milijuna kuna, čime Swisslion Takovo postaje jedan od najznačajnijih Podravkinih poslovnih partnera na tržištu SiCG u domeni proizvodnje u suradnji. Ugovor je potpisan na godinu dana, uz mogućnost produženja ukoliko će obje strane biti zadovoljne suradnjom.



Za umirovljenike Podravka izdvaja 2 milijuna kuna

Kao jedna od vrlo rijetkih hrvatskih kompanija, Podravka je nastavila s dugogodišnjom tradicijom darivanja umirovljenika koji su cijeli ili dio svog radnog staža proveli u kompaniji. Naime, svaki umirovljenik koji je na radu u Grupi Podravka proveo najmanje pet godina neprekidno i otišao u mirovinu iz tog radnog odnosa, imao je pravo na godišnju novčanu potporu u iznosu od 24 kune bruto po godini radnog staža. Pravo na novčanu potporu ove godine imalo je 2188 Podravkinih umirovljenika. Osim financijskog dijela, umirovljenici su primili i poklon paket Podravkinih proizvoda u vrijednosti od 100 kuna. Uz to, Podravka je za svoje umirovljenike 23. rujna organizirala i zajedničko cjelodnevno druženje u Koprivnici uz prigodan zabavni program. Skupu je nazočilo oko 2000 umirovljenika i Podravkinih jubilaraca te članovi Podravkine Uprave i ostali gosti. Na susretu Podravkinih umirovljenika odano je priznanje ljudima koji su utkali svoj rad u nastajanje firme koja je ponos Koprivnice i ovoga kraja.

"Zlatna kuna" Podravki

Na svečanoj sjednici Gospodarskog vijeća Hrvatske gospodarske komore Koprivnica dodijeljene su plakete "Zlatna kuna". U kategoriji najuspješnijeg velikog društva "Zlatna kuna" dodijeljena je Podravki, koja je u protekloj godini ukupno na inozemnim tržištima, uključujući i farmaceutiku, ostvarila oko 1,5 milijardi kuna prihoda. "Zlatnu kunu" u ime Podravke primio je član Uprave Dragan Habdija.



LISTOPAD

Novi proizvod - Vegeta Mediteran

Nastojeci pratiti svjetske prehrambene trendove, posebice rastuću popularnost mediteranske kuhinje, Podravka je na tržišta Hrvatske, Poljske, Rusije, Češke, Slovačke, Mađarske i Slovenije lansirala novi proizvod, jedinstven u svojoj kategoriji. To je Vegeta Mediteran, univerzalni dodatak jelima obogaćen aromatičnim začinskim biljem i rajčicom.



Podravka na ANUGI

Među 6294 izlagača iz 108 zemalja koje je od 8. do 12. listopada u Köln privukla ANUGA - najveći prehrambeni sajam u svijetu - bila je i Podravka. Koprivnička kompanija predstavila je svoj najvažniji brend Vegetu.

Na "Festu 2005" Podravki nagrada za najbolji oglašavanje

Na završnoj svečanosti tradicionalnog 13. po redu nacionalnog festivala oglašavanja "Festo 2005." najboljima od ukupno 293 prijavljena rada dodijeljene su godišnje nagrade u 12 natjecateljskih skupina - Zlatna, Srebrna i Brončana zvona te Zlatne plakete "Festo 2005." I ovogodišnji Festo nije prošao bez Podravke. Naime, Zlatno zvono za sredstva izravne komunikacije dobili su Bruketa&Žinić, i to za oglašavanje "Nahrani me" za Podravku. U skladu s tim nagradama prvi su puta na Festu uručene i Zlatne plakete naručiteljima - oglašivačima, pa je nagradu primila i Podravka.

Podravka objavila nove korporativne Internet stranice

Nakon nešto manje od dvije godine od posljednje obnove Internet stranica, Podravka je lansirala nove korporativne Internet stranice na adresi www.podravka.com. Rezultat je to strateškog i planskog nastupa na Internetu, te potrebe za praćenjem i primjenom najnovijih tehnologija i web funkcionalnosti u cilju adekvatnog informiranja posjetitelja ovih stranica. Obnovljene korporativne stranice pristupačnije su korisničkoj publici, novinarima, suradnicima te financijskoj i stručnoj javnosti, kao i svima zainteresiranim za poslovanje kompanije.

STUDENI

Podravka zapažena na poznatom Moskovskom festivalu oglašavanja

Na istaknutom Moskovskom festivalu oglašavanja Podravka je primila dvije vrijedne nagrade: agencija Bruketa i Žinić osvojila je "Zlatnu jabuku" u skupini kataloga za godišnje izvješće Podravke "Nahrani me", dok je "Srebrna jabuka" pripala megaboardu "Blagi ili ljuti" za Podravkin kečap.

Dani financija Podravke

U Podravki su se okupili čelni ljudi financija Podravke iz zemlje i inozemstva. Tijekom dvodnevnog financijskog skupa održana su brojna predavanja i tematske radionice o financijama.

Igralište za riječku djecu

Nastavljajući svoj program društvene odgovornosti, Podravka je pomogla gradu Rijeci pri opremanju dječjeg igrališta u samom centru grada.



Strateški savez Podravke i Rieber & Son na poljskom tržištu

Rieber Food Polska S.A. i Podravka International Export-Import Sp. z o.o. osnovali su strateški savez u segmentu prodaje i distribucije na poljskom tržištu. Savez tvrtki kćeri renomiranih prehrambenih kompanija, norveškog Rieber & Son i hrvatske Podravke d.d., rezultat je gotovo jednogodišnjih priprema i dogovora strateških partnera te predstavlja značajan iskorak u unapređenju poslovanja obiju strana. Tim savezom Podravka i Rieber stvorili su zajedničku prodajnu silu koja je bitno veća i snažnija od postojećih prodajnih organizacija svakog partnera te je u cijelosti organizirana u skladu s potrebama velikog i zahtjevnog poljskog tržišta.

PROSINAC

Dobitnici stipendija i potpora Zaklade "prof. Zlata Bartl"

Zaklada "prof. Zlata Bartl" raspisala je u listopadu natječaj za dodjelu stipendija i potpora za školsku godinu 2005/2006. redovitim studentima dodiplomskih i poslijediplomskih studija, a u prosincu su stipendije i potpore dodijeljene studentima koji su zadovoljili kriterije.

JOSIP PAVLOVIĆ - PREDSEDNIK

Udruga malih dioničara Podravke

Na skupštini Udruge malih dioničara Podravke za predsjednika izabran je Josip Pavlović koji u Podravki radi od 1999. godine, a trenutno obnaša funkciju direktora Riznice. Njegova zamjenica je Ksenija Horvat. Udruga je osnovana 1994. godine, s ciljem da štiti interese Podravke i njezinih radnika, odnosno malih dioničara.

Podravki nagrada za poslovni ugled u kategoriji kvalitete proizvoda

Na Konferenciji Poslovni ugled 2005. na temelju ocjena stručnjaka, dodijeljene su nagrade za poslovni ugled. Projekt „Poslovni ugled 2005“ je partnerski projekt konzultantske kuće Stratego Group, medijske kuće Lider Press i agencije za poslovno obrazovanje i poslovno informiranje Infoarena. Prvu nagradu i to za najbolji poslovni ugled u kategoriji kvalitete proizvoda ili usluga dobila je Podravka, a od glavnog urednika tjednika Lider Miodraga Šajatovića nagradu je primio član Podravkine Uprave Saša Romac. U kategoriji definirane vizije razvoja prvi je Agrokor, dok je Podravka treća. Ericsson Nikola Tesla dobitnik je dviju prvih nagrada i to za sposobno rukovodstvo i inovativnost. Varaždinska Vindija je najbolja u kategoriji etičnosti u poslovnim kontaktima, dok je za kvalitetu zaposlenih laureat Pliva. Agrokor je primio nagradu i za dugoročnu investicijsku vrijednost i društvenu odgovornost, a u kategoriji društvene odgovornosti drugoplasirana je Podravka.



Izvučeni dobitnici nagrada u najvećoj internoj nagradnoj igri za Podravkaše - "Dan za danom s Vegeta Mediteranom"

Podravkina umirovljenica osvojila Electroluxov roštilj i Vegetin poklon paket

Vegetina nagradna igra namijenjena Podravkinim zaposlenicima "Dan za danom s Vegeta Mediteranom" bila je najveća nagradna igra u kojoj su mogli sudjelovati samo Podravkaši, odnosno u "u igri" su bili vrijedni Electroluxovi kućanski aparati, te Vegetini poklon paketi. Izvlačenje dobitnika održano je 20. prosinca u "okrugloj sobi" Podravkine poslovne sedmerokatnice. Na taj način, prema riječima category managera za dodatke jelima Marcela Janekovića, Vegeta nagrađuje Podravkaše povodom predstojećih blagdana. Inače, ove je godine na šest strateških tržišta plasirana Vegeta Mediteran koja je već do sada pokazala prve pozitivne rezultate.

Marketing manager Neven Sitar naglasio je kako je igra organizirana u suradnji s Electroluxom, a cilj joj je bio obilježiti 2005. godinu, kao godinu vezanu uz plasiranje Vegete Mediteran, univerzalnog dodatka jelima pod markom Vegeta. Stoga su i u nagradnom izvlačenju sudjelovali članovi Tima za razvoj dodataka jelima. Oni su između 1500 pristiglih



pošiljki izvukli kovertu i usrećili tri-desetoro Podravkaša koji su poslali kupone s točnim odgovorima na dva postavljena pitanja, objavljena u listu "Podravka" 9. i 16. prosinca.

U prvi je kupon trebalo napisati kako se zove novi univerzalni dodatak jelima pod markom Vegeta (Vegeta Mediteran), a u drugome je bilo potrebno navesti najmanje tri od se-

dam vrsta začinskog bilja koje sadrži Vegeta Mediteran (origano, majorana, ružmarin, lovor, bosiljak, korijandar i crni papar). Izlačenje nagrada pratila je komisija koju su činili marketing manager Silvana Borojević, voditelj studija za dizajn Josip Gregurić i samostalni tehnolog Zdenka Kuzmić.

Ines Banjanin

Dobitnici nagrada u nagradnoj igri „Dan za danom s Vegeta Mediteranom“:

- 1) Biserka Vinković**, umirovljenica, Trg K. Tomislava 3, KC - Electrolux električni roštilj + Vegeta poklon paket
- 2) Draga Kukec**, Centralna priprema - Electrolux mikrovalna pećnica + Vegeta poklon paket
- 3) Marija Martinjak**, Tv. Dječje hrane - Electrolux multipraktik + Vegeta poklon paket
- 4) Nadica Grobenski**, Marketing - Electrolux mikser s posudom + Vegeta poklon paket
- 5) Josip Ivanuš**, Zaštita i nadzor - Electrolux aparat za kavu + Vegeta poklon paket
- 6) Marijana Gaži**, Umjetnička radionica, Starogradska bb, KC - Electrolux mikser (blender) + Vegeta poklon paket
- 7) Barbara Solina**, Koprivnička tiskarnica - Electrolux mikser (blender) + Vegeta poklon paket
- 8) Marijan Petak**, Tvornica dječje hrane - Electrolux toster + Vegeta poklon paket
- 9) Lidija Balaško**, Održavanje - Electrolux toster + Vegeta poklon paket
- 10) Ksenija Kunta**, Razvoj dječje hrane - Electrolux kuhalo za vodu inox + Vegeta poklon paket
- 11) Andreja Vranar**, Upravljanje komercijalnim partnerima - Electrolux ku-

- halo za vodu inox + Vegeta poklon paket
- 12) Ružica Latin**, Razvoj slastica - Electrolux multipraktik + Vegeta poklon paket
- 13) Tomislav Tišljarić**, Mlinovi/silos - Electrolux multipraktik + Vegeta poklon paket
- 14) Ružica Vrbanić**, Koprivnička tiskarnica - Electrolux sokovnik + Vegeta poklon paket
- 15) Slavica Dedi**, Centralna priprema - Electrolux sokovnik + Vegeta poklon paket
- 16) Nevenka Petak**, Računovodstvo - Electrolux kuhalo za vodu + Vegeta poklon paket
- 17) Dominik Botko**, umirovljenik, Reka 53 c - Electrolux kuhalo za vodu + Vegeta poklon paket
- 18) Kruno Botko**, Zaštita i nadzor - Electrolux kuhalo za vodu + Vegeta poklon paket
- 19) Marija Palaš**, Zaštita i nadzor - Electrolux kuhalo za vodu + Vegeta poklon paket
- 20) Kristina Jurić**, Ljudski potencijali - Electrolux kuhalo za vodu + Vegeta poklon paket
- 21) Zdravko Novak**, Zaštita i nadzor - Electrolux stroj za rezanje + Vegeta poklon paket
- 22) Ana Katar**, Marketing - Electrolux stroj za rezanje + Vegeta poklon paket

Dobitnici nagrade mogu podići u Reklamnom skladištu uz predočene osobne iskaznice od 23. prosinca 2005. do 16. siječnja 2006. dok će umirovljenicima i dobitnicima koji nisu iz Koprivnice nagrade biti dostavljene na kućnu adresu.

Kutak za umirovljenike

Zašto je na trećini obavijesti obeštećenje 0,00 kuna?

Piše: **Željko Šemper**

Konačno su umirovljenicima stigle tako dugo očekivane obavijesti o obeštećenju ili povratu duga, ali ni to mnoge nije previše obradovalo. Ovih dana najčešće pitanje među umirovljenicima bilo je: «Koliko si dobio duga?» Dvije trećine od 674.668 umirovljenika je donekle zadovoljno onim što piše u retku «obeštećenje», jer su ipak nešto dobili, dok se trećina njih ne može pohvaliti, jer na njihovim obavijestima piše: obeštećenje 0,00! Neki su zbog toga razočarani, neki znaju o čemu se radi, ali najgore je to što su svi očekivali nekakve novce. Pokušat ćemo malo pojasniti kronologiju događanja kroz sve ove godine.

Svi koji su bili u mirovini u razdoblju od rujna 1993. godine do 31. prosinca 1998. godine bili su oštećeni, jer se mirovine nisu usklađivale prema zakonu, već prema poznatim Valentićevim uredbama. Prema tome, najviše su bili oštećeni umirovljenici koji su primali mirovinu u tom cijelom razdoblju, a visina njihovog obeštećenja ovisila je uglavnom o visini njihove mirovine. To pokazuje i podatak da će umirovljeni do 31. prosinca 1994. godine dobiti 99 posto ukupnog duga od 11,4 milijarde kuna, a prosjek njihovog obeštećenja je oko 28.000 kuna. Umirovljenima od 1995. do kraja 1998. godine pripada sitnica od svega jedan posto i oni su uglavnom primili obavijesti o obeštećenju od 0,00 kuna. Ta kategorija umirovljenika je najviše nezadovoljna, iako uopće nema razloga nezadovoljstvu. Ako se dobro pogleda izračun, onda se vidi da je na njihovim obavijestima stupac «isplaćeno» veći od stupca «pripadalo», što znači da su s 5. kolovozom 2004. godine preplaćeni. To možemo ilustrirati jednim primjerom: umirovljenik koji je bio u mirovini od 1. travnja 1998. godine oštećen je u tih devet mjeseci za 6.646 kuna, pa mu se dodatak trebao isplaćivati do srpnja 2000. godine. Međutim, daljom isplatom dodatka do 5. kolovoza 2004. godine primio je u 70 mjeseci 20.670 kuna, dakle preplaćen je za 14.024 kune. A primat će ga do kraja života, jer je sada u sastavu mirovine. Kao i svi ostali umirovljeni do kraja lipnja 1998. godine.

Glavni uzroci cijeloj toj problematici povrata duga su ti što ni jedna Vlada, do ove Sanaderove, nije imala političke volje, da taj problem riješi na način kako je jedino bilo pošteno i pravedno. Valjda nikad neće biti jasno zbog čega premijer Mateša, a kasnije Račan, nisu pristali da se dug izračuna za svakog umirovljenika. Ne može se reći da nisu dali nikakve novce, ali njihova rješenja, onako «napamet», napravila su veliki nered u mirovinama. To se najviše odnosi na spomenuti dodatak «100 kuna + šest posto» kojim se pokušala riješiti «posudba» Vlade od 7,5 milijardi iz mirovinskih fondova, a koji se trebao isplaćivati od listopada 1998. do kraja 2002. godine. Međutim, na pritisak umirovljenika da će mirovine, ako se ukine dodatak, pasti za 14 posto, Račanova Vlada produžila ga je do kraja života, ali nije pristala da uđe u sastavni dio mirovine. Tek Sporazumom Sanader - Jordan dodatak je od 1. travnja 2004. godine postao sastavni dio mirovine.

Uz ovaj dodatak od 1. siječnja 2001. godine u primjeni je Zakon o povećanju mirovina radi otklanjanja razlika u razini mirovina ostvarenih u različitim razdobljima. To je bilo još jedno rješenje «iz rukava» tadašnjeg ministra Davorka Vidovića kojim su se mirovine povećale od 0,5 do 20 posto prema godinama umirovljenja. Tu je opet bilo raznih procjena, kako je dug 20, pa onda 40 milijardi, do toga kako dug uopće ne postoji. Ipak, sadašnji izračun je pokazao da je ukupan dug iznosio 21,5 milijardu kuna, a da je dosad vraćeno deset milijardi putem dodatka «100 kuna + šest posto» i Zakonom o povećanju od 0,5 do 20 posto. Sada, nakon što se umirovljenici odluču za jednu od dvije varijante isplate duga, preostaje im da čekaju prve rate povrata duga.

U «ofenzivu» sada kreću «novi» umirovljenici, koji su visinom svojih mirovina pali na najniže grane. Njihovi zahtjevi za izmjenom sadašnjeg Zakona su na stolu Vlade, a jedan od njih, izračun mirovine za deset najpovoljnijih godina staža - završio je u košu. Kako kažu, bilo bi to vraćanje na stari sustav, ali mi imamo i boljih argumenata za rješenje problema «novih» umirovljenika. Prije tjedan dana kod premijera Sanadera dogovorena je daljnja rasprava o izmjenama ZOMO-a!

COOL SMS nagradna igra na Coolinarika.com

Glavnu nagradu osvojila je Natalija Zeneral Vlahović iz Rijeke

Od 26. listopada do 26. studenog 2005. godine - u povodu svog drugog rodendana - Coolinarika.com je organizirala SMS nagradnu igru "Puhni dvaput i poželi" s bogatim nagradama.

Svi koji su poslali SMS s nazivom recepta dana s www.coolinarika.com i osobnim podacima na broj 64787 imali su šansu osvojiti dnevne i tjedne nagrade: Podravkine poklon pakete, mikrovalne pećnice Electrolux ili kombinirani hladnjak Electrolux. A pres-

tižnu glavnu nagradu - parnu pećnicu Electrolux osvojila je Natalija Zeneral Vlahović iz Rijeke.

U ovo predblagdansko doba darivanja u prostorijama Electroluxa u Zagrebu su direktorica marketinga Electroluxa Brigita Prole i Andreja Strelec Dučak iz uredništva Coolinarika.com sretno dobitnici uručile glavnu nagradu (*na slici*).

- Redovito igram igre na sreću, ali ovo mi je prvi put da sam osvojila ovako vrijednu nagradu. Za Cool SMS nag-

radnu igru saznala sam preko stranice www.coolinarika.com koju i inače redovito posjećujem. Uglavnom pratim članke iz područja zdravlja, recepte koje mogu brzo pripremiti kada dođem kući nakon posla i, naravno, zabavne sadržaje. Ovako lijepu nagradu kao što je parna pećnica Electrolux koja omogućava mnogobrojne kulinarske performanse pri kuhanju i jela najbolje kvalitete, izvrsno će se uklopiti u novu kuhinju koju u našoj obitelji planiramo već duže vrijeme - rekla je Natalija Zeneral Vlahović prilikom preuzimanja nagrade.



Putopisna reportaža

Do Australije i natrag za deset dana

Piše: **Vjekoslav Lukanec**
direktor Izvoza i doradnih poslova u
Danici

Podravkini mesni proizvodi se na tržištu Australije i Novog Zelanda prodaju dvadesetak godina i imaju značajan udio u ukupnom asortimanu Podravkinih proizvoda na tom tržištu, no 2000. godine pojavom kravljeg ludila u Evropi došlo je do zabrane izvoza proizvoda od govedeg mesa na ta tržišta. Kako bi zadržali tržišnu poziciju i potrošače koji su navikli na naše proizvode, pokrenuli smo projekt proizvodnje jednog od naših lider proizvoda - govedeg gulaša u Australiji. U suradnji s Podravka International Sydney pronašli smo i odabrali firmu Simplot kao proizvođača naših proizvoda, a pod našom robnom markom. Nakon višegodišnje uspješne suradnje s navedenom firmom iz Australije, ove godine smo započeli i s proizvodnjom gulaša za tržišta Amerike i Kanade, jer je trenutno za ta tržišta na snazi zabrana uvoza proizvoda od govedeg mesa iz Hrvatske.

U svrhu traženja novih projekata koji bi se mogli odraditi u Simplotu za prekooceanska tržišta, snimanja tržišta i navika potrošača nedavno sam posjetio Australiju. Put od Zagreba do Sydneya trajao je tridesetak sati od čega je sam let avionom trajao 24 sata, uz presjedanje u Beču i Kuala Lumpuru (Malezija).

Nakon slijetanja u Sydneyu u kasnim popodnevnim satima i izlaska iz zgrade aerodroma «napao» nas je roj sitnih dosadnih muha koje su prisutne naročito u unutrašnjosti Australije. Temperatura je bila oko 30 stupnjeva i pravi ljetni ugođaj. Vozeći nekih pola sata lijevom stranom ceste stigli smo do hotela na plaži Cronulla, smještenog uz obalu Tasmanijskog mora

odnosno Tihog oceana, na kojem u svako doba dana možete vidjeti neumorne surfere na nemirnim valovima. Zbog vremenske razlike od 10 sati tj. gotovo potpune zamjene dana za noć - trebalo mi je tri dana za privikavanje na novi bioritam.

Naši proizvodi u Australiji

Prvog dana sam u našoj firmi «Podravka International Sydney» upoznao ekipu od sedam zaposlenika na čelu s direktoricom Jasnom Mujadžić. Nakon prezentacija o tržištu, kupcima, potrošačima, trendovima na tržištu i poziciji Podravkinih proizvoda na tržištu obišli smo prodajna mjesta kako bismo zajednički pronašli nove mogućnosti za razvoj i jačanje pozicije na tom tržištu. Bitno je da su naši proizvodi uz pozicije u malim «etno» trgovinama, gdje kupuju uglavnom iseljenici iz ex Jugoslavije i Hrvatske, zauzeli mjesto i na generalnom tržištu tj. policama velikih trgovačkih lanaca Woolworths, Colins i Franklins. Nakon posjeta našem najvećem distributeru «Marco Polo», koji uz još dva manja distributera, «Benjamin» u Perthu i «Royal Kery» u Melbourneu, distribuiraju i prodaju naše proizvode po čitavoj Australiji, dogovorili smo dalje mogućnosti poboljšanja suradnje i jačanja pozicije proizvoda na tržištu.

Tržište Australije je vrlo specifično budući da od 20 milijuna stanovnika na ogromnom prostoru u usporedbi s Evropom ima oko 140 nacionalnosti s raznim prehrambenim i ostalim životnim navikama. Tamo su prisutne kuhinje i Italije, Grčke, Turske, Hrvatske, Meksika, Kine, Koreje i mnogih drugih država, a i njihove restorane možete uočiti u svim većim gradovima.

Put po Australiji

Putujući nekih 900 kilometara od

Sydneya prema Melbourneu u mali gradić Echuca u nepreglednoj travnatoj ravnici možete vidjeti samo velika stada goveda i ovaca, konje te nepregledne vinograde i voćnjake s nasadima breskvi, jabuka, krušaka, mandarina, limuna i jagoda i poneku kuću ili gospodarsku zgradu. U usporedbi s Austrijom i Nizozemskom, gdje možete uočiti manja stada, tamo su stada od približno 200 do 500 goveda, a ovaca sigurno i preko 1000 komada. Zbog blage klime uvjetovane blizinom oceana, stoka je cijele godine na pašnjacima, bez staja, s bazenskim pojilištima i ponekim drvom za hladovinu. Navodno je stočni fond Australije 40 milijuna goveda, što znači 2 goveda po stanovniku, a Australija je i najveći izvoznik vune na svijetu, a među najvećima po izvozu govedeg mesa. Uz autoput na kojem je maksimalna dopuštena brzina 110 km/h, možete se zaustaviti u voćnjacima i vinogradima te kupiti i degustirati proizvode. Uz gotovo cijelu trasu autoputa rastu stabla eukaliptusa koja vožnju po ljetnom suncu čine ugodnijom.

Proizvodnja našeg gulaša u Australiji

Stigavši u Echuca prisustvovali smo proizvodnji gulaša koji se tamo radi po našoj tehnologiji i recepturi. Simplot je inače američka firma s proizvodnim pogonima na više lokacija u Australiji i svijetu. U svom proizvodnom programu imaju proizvode od povrća, voća, mesa, tijesta, ribe... a sve u raznim vrstama pakiranja. Pogon u kojem se obavlja proizvodnja naših proizvoda zadovoljava sve standarde i uvjete za proizvodnju mesnih proizvoda za tržišta Australije, SAD i Kanade - posjeduju ISO certifikat, HACCP, visoko automatizirane i kompjuterizirane proizvodne linije, kvalitetno opremljene laboratorije za kontrolu i ostale potrebne resurse. Prilikom prisustvovanja proizvodnji i razgovora s predstavnicima firme Simplot predloženo je nekoliko modela suradnje, a u dijelu asortimana koji nije konkurentan našim proizvodnim kapacitetima i mogućnostima u Hrvatskoj.

Posjet hrvatskom Veleposlanstvu, Domu iseljenika Hrvata i znamenitostima u Sydneyu

Na povratku iz okolice Melbournea prema Sydneyu posjetili smo Veleposlanstvo Republike Hrvatske u Canberra, a na poziv otpravnika poslova i gospodarskog predstavnika za Australiju. U razgovoru su nas upoznali s radom Veleposlanstva koje je ove godine imalo proslavu 10. obljetnice izgradnje, te izrazili spremnost za suradnju i pružanje pomoći u zajedničkom nastupu na tržištu i prezentaciji



Pred hrvatskim Veleposlanstvom u Canberri...



... i pred znamenitom Operom u Sydneyu

naših proizvoda. Uz ogradu zgrade veleposlanstva - koja je smještena na vrhu brda s prekrasnim pogledom na Canberri i okružena ambasadama ostalih država - prvi put sam vidio zaštitni znak životinjskog svijeta Australije - klokana.

Vraćajući se prema Sydneyu obišli smo još nekoliko prodajnih mjesta i uočili proizvode Gavrilovića, Carnexa, Droge Kolinska i još nekih firmi koje također pokušavaju naći mjesto na policama za svoje mesne proizvode na tržištu Australije. S obzirom na sve izraženiju globalizaciju tržišta, i to ne samo u Australiji već i na ostalim tržištima, potrebno će biti još intenzivnije istraživanje tržišta i potreba potrošača i poduzimanje marketinških aktivnosti na tržištu kako bi nam rezultati bili još bolji.

Usput smo navratili u jedan od tri Doma iseljenika Hrvata u Sydneyu. Tamo živi oko 300.000 Hrvata koji se okupljaju u domu, gledaju programe Hrvatske televizije, tamo održavaju svečanosti i svadbe.

Dan prije povratka posjetio sam iselje-

nike iz Hrvatske po preporuci kopri- vničko-križevačkog župana i iz njihovih priča saznao nešto više o načinu života i rada u Australiji, a njih je jako interesiralo kako je u Hrvatskoj i Podravini budući da je većina njih više desetaka godina u Australiji. U njihovim kućama sam primijetio šalove Podravkinog rukometnog kluba obješene na zidu, a ispričali su nam da pozorno prate sportska događanja u Koprivnici i redovito primaju kopri- vničke novine.

Predstavnici Podravka Internationala upoznali su me s nekim od znamenitosti grada Sydneya te smo obišli Operu, galeriju slika hrvatskog slikara «Bilić» koji je ujedno i jedan od najpoznatijih slikara u Australiji, palaču kraljice Viktorije, luku i još neke znamenitosti.

Nakon dugog noćnog leta i preletjenih dvadesetak tisuća kilometara - vratio sam se u Koprivnicu i pred nama je da ideje i zapažanja s tržišta, zajedno s Podravkom Sydney i službama u Podravki, provedemo u djelo i u narednom razdoblju postignemo još bolje rezultate.



Australski domoroci Aboridžini danas su i turistička atrakcija

Završen ovogodišnji gastro show "Kuhačom protiv mina"

Profesori kuhali sa srcem

Dekan Pravnog fakulteta u Zagrebu prof. dr. Josip Kregar, dekan Filozofskog fakulteta prof. dr. Miljenko Jurković, saborska zastupnica Ruža Tomašić i pročelnik Gradskog ureda za gospodarstvo Zagreba Ladislav Prežigalo sastavili su posljednju ovogodišnju kuharsku ekipu u humanitarnoj akciji "Kuhačom protiv mina". Uz pomoć Podravkinog promotora Branka Takača i potporu mariac-

hi sastava "El Nino" pripremali su svinjski kotlet u Fant umaku na lovački i čokoladni kolač Dolce- la, pokazujući ne samo veliko srce nego i kulinarske sposobnosti. Prisutni gosti u restoranu "Zagrebački bijeli", u kojem se tražila stolica više za ovu humanitarnu priredbu, nagradili su ih burnim pljeskom, a istovremeno kupujući tombole, kuhače i pregače, na kojima se našao i

Podravkin slogan "Uvijek sa srcem", te sudjelujući u aukciji slika akademskih slikara, prikupili značajnu svotu za razminiranje Hrvatske.

Projekt "Kuhačom protiv mina", kojemu su pokrovitelji Poglavarstvo i Turistička zajednica grada Zagreba, a glavni sponzor Podravka, nastavlja se i slijedeće godine, a svoju potporu već je iskazao i Večernji list.

J. L.



Razgovor: Spomenko Duvnjak - direktor službe Prodaja Podravkine mesne industrije Danica - Tržište RH

Ulazak u gastro segment je izvrstan potez

Razgovarala: **Ines Banjanin**

Prodaja mesa i mesnog programa ove je godine ostvarila znatan rast u odnosu na prvih devet mjeseci protekle godine. U kategoriji mesa i mesnih proizvoda, u promatranom je razdoblju zabilježen rast od čak 20%. Prema riječima direktora službe Prodaja Podravkine mesne industrije Danica na tržištu Hrvatske Spomenka Duvnjaka, razlog takvom pozitivnom rezultatu leži u dodatnim ulaganjima u službe prodaje i logistike.

- Osim što se posljednjih nekoliko godina ulagalo u logistiku u smislu nabavke novih vozila, došlo je do ekpiranja kadra, što je rezultiralo i jačanjem same prodaje. Mladi su kadrovi postali svjesni značenja branda Podravka i kvalitete koju posjedujemo. Također smo u sinergiji s Podravkom postigli i kvalitetne dogovore s kupcima, a uz to potrošači naših proizvoda prepoznali su visoku kvalitetu i ispravnost Podravkinog mesnog asortimana. Od ove godine značajnije smo ušli u gastro segment, što se pokazalo izvršnim potezom, jer taj se segment pokazao značajnim tržištem s potencijalom u kojega treba uložiti dodatnu energiju. Stoga je suradnja gastro prodaje i mesne industrije rezultirala zastupljenošću cjelokupnog asortimana mesnih proizvoda u svim hotelskim lancima s kojima Podravka surađuje. Na porast prodaje utjecala je i certifikacija Danice po normi ISO 9001:2000 krajem ožujka,



sklapanje ugovora o kontroli proizvodnje i izdavanje HALAL certifikata za dio Podravkinih proizvoda kao i sigurnost prehrambenih proizvoda koje jamči pridržavanje HACCAP standarda. Ne zaboravimo da Podravkin goveđi gulaš nosi oznaku "Izvorno hrvatsko" kao autohtoni hrvatski proizvod, dok je Podravkina čajna kobasica nositelj znaka "Hrvatska kvaliteta".

–Koja kategorija u mesnom programu ostvaruje najveći rast?

- Prvih šest mjeseci najveći je rast ostvario trajni program, međutim u fokusu su tri kategorije, to su trajni program, polutrajne kobasice i peradarski dio, koji je bez obzira na to što smo novi u tom programu, veoma dobro aspektiran na tržištu. Također,

paralelno se razvija smrznuti asortiman u kojemu smo iznad konkurencije i s kojim smo pozicionirani u svim većim trgovačkim lancima u Hrvatskoj.

Cilj je izdvojiti lidere na tržištu

– Kako biste okarakterizirali suradnju s tim trgovačkim lancima?

- Suradnja s velikim trgovačkim lancima još je uspješnija u odnosu na 2004. godinu, jer smo uspostavili kvalitetnije odnose. To pokazuju i rezultati rasta prodaje, ali smatram da je veoma važna upravo sinergija svih Podravkinih programa i korporativan nastup na tržištu. U Hrvatskoj smo zastupljeni u svim velikim trgovačkim lancima s cjelokupnim asortimanom mesnih proizvoda u 90 posto slučajeva, s time da imamo i izuzetno razvijenu i kvalitetnu ambulantnu prodaju. Podravkina mesna industrija, osim u Koprivnici, ima svoja predstavništva u Zagrebu, Osijeku, Splitu, Zadru, Rijeci i Rovinju, a prodaja se razlikuje po pojedinim regijama, jer je svaka regija specifična za sebe. Tako se primjerice u Splitu ili Zagrebu najviše traži trajni program, dok se u Koprivnici najviše prodaju kobasice u rinfuzi. U svakom slučaju, cilj nam je u svakom segmentu našeg asortimana izdvojiti proizvodne lidere za cijelo tržište Hrvatske. To su dalmatinska panceta, čajna kobasica, kranjska kobasica, hrenovke, šunka u ovitku i domaći jeger.

– U kojoj je mjeri pojava ptičje gripe utjecala na prodaju Podravkinih mesnih proizvoda?

- Nismo osjetili utjecaj ptičje gripe poput drugih mesnih industrija, koje se prvenstveno bave prodajom svježeg mesa peradi.

Borba za svaki centimetar police

– Na tržištu mesa također se vodi borba za tržišne pozicije...

- Najveća disperzija tržišnih udjela upravo je u mesnoj industriji. Naš odgovor konkurenciji bit će još uporniji rad i borba za pozicije na policama kao i značajnija suradnja s marketingom. Smatram da kao Podravkina mesna industrija imamo snažan brand i kvalitetne proizvode te da možemo nastaviti rasti bez obzira na snažnu konkurenciju, ali naravno to uključuje i marketinšku podršku. U trgovačkim se lancima vodi borba za svaki centimetar police i dok velike trgovine uvoze jeftinu robu upit-

ne kvalitete, dolazi do poremećaja na tržištu. Podravka se opredijelila za kupce koji prepoznaju visoku kvalitetu i ispravnost domaćih proizvoda na polici, a kvalitetu jamči sustavno praćenje kontrole i mogu reći da je Podravka u kategoriji mesnih proizvoda dobro pozicionirana na tržištu.

– Hoće li se takav pozitivan trend rasta nastaviti i u narednoj godini?

- Naredna će godina biti teška, ali mi smo si postavili ambiciozne planove i ostvarit ćemo zadane ciljeve. Ipak, da bismo efikasno funkcionirali, nužna je suradnja sa svim pratećim službama. U okviru Podravkine mesne industrije djeluje dobra prodajna ekipa koja je svojim trudom i zalaganjem došla do tih rezultata, a od 1. siječnja novi sistem nagrađivanja pridonijet će još većem rastu.

Časnici koprivničke vojarne posjetili Podravku

Protekloga se tjedna zapovjednik vojarne "Ban Krsto Frankopan" brigadir Darko Kereš, sa suradnicima, u Podravki susreo s članom Uprave Draganom Habdijom, direktorom službe Gastro prodaje Markom Csikom i voditeljem prodaje humanitarnim organizacijama Marijanom Vargom. Povod posjeti bilo je pobliže upoznavanje s novim rukovodstvom koprivničke vojarne. Bila je to ujedno i prigoda da se razmotri daljnja suradnja vojarne s Podravkinom mesnom industrijom te Mlinom i Pekarom u vezi javne nabave u skladu sa Zakonom o javnoj nabavi.

I. B.



Liječnik za vas

Vitamini koji odgovaraju vašem stilu života

Piše: **dr. Ivo Belan**

U vodećim američkim istraživačkim institucijama u toku je revolucija. Desetljećima su se znanstvenici podsmjehivali ideji o redovnom uzimanju vitamina, uvjereni da dobra prehrana nudi sve potrebne hranjive tvari. Međutim, zahvaljujući hrpi znanstvenih studija u zadnjih pet do deset godina, istraživači radikalno revidiraju svoja mišljenja. Počinju gledati na onu malu vitaminsku pilulu kao na potencijalnu blagodat.

Razumljivo, ako vodite zdrav, uravnotežen život, ne morate se mučiti s onom dnevnim vitaminskom tabletom. Međutim, možda ćete se iznenaditi da neke od vaših navika ili aktivnosti mogu ustvari povećati potrebe za dodacima.

Jeste li na prehrani zdravoj za srce?
Možda trebate: vitamin E

Griješite ako pokušavate konzumirati hranu potpuno lišenu masnoća. Kako biste dobili preporučenu količinu vitamina E, trebate masti. Međutim, osigurajte da to budu one masnoće zdrave za srce - pokušajte s jednostruko nezasićenim masnoćama, kao što su maslinovo ili repičino ulje, umjesto, na primjer, kremastih preljeva na salatama ili punomasne majoneze, špeka, itd. Neke novije studije ukazuju da čak ako se koriste ispravne masnoće, ne dobiju se one količine vitamina E koje, prema nekim ispitivanjima, mogu smanjiti rizik srčanih oboljenja i moguće poboljšati imunološke snage organizma. Da bi se dobile takve količine vitamina E trebat će dodaci prehrani. Međutim, treba biti jasan: premda mnogi znanstvenici smatraju da će vitamin E u obliku dodataka biti od koristi, garancije za to još uvijek nema.

Prirodni izvori: maslinovo i repičino ulje, sjemenke suncokreta i bademi.

Primjenjujete li proteinsku dijetu kako biste izgubili na težini?

Možda trebate: folnu kiselinu, kalcij
Neki programi za smanjenje prekomjerne tjelesne težine mogu rezultirati

nekim nedostacima u organizmu. Na primjer, dijetalni režimi s malo ugljikohidrata, a puno bjelancevina, liše organizam voća i povrća, kao i žitarica. A to su upravo bogati izvori jednog vitamina B, poznatijeg pod imenom folna kiselina. Takva je situacija loša, jer dovoljne količine tog vitamina su povezane s niskim rizikom srčanog i moždanog udara, nekih vrsta raka i drugih oboljenja. Osim toga, nedostaci folne kiseline dramatično povećavaju rizik rođenja bebe s nekim teškim defektima. U takvoj djeci nedostaju i vlaknaste komponente, kalcij i druge hranjive tvari, a da se ne govori o tome da sadrži prevelike količine zasićenih masnoća.

Dobri izvori tog vitamina i kalcija su: zeleno lisnato povrće, kornifleks, mlijeko i mliječni proizvodi. Za vrijeme gore spomenutih dijeta osoba treba uzimati vitamin i kalcij u obliku dodataka prehrani.

Upotrebljavate li sredstva za zaštitu kože od sunca?

Možda trebate: vitamin D

Razumno je primjenjivati ta sredstva, ali se mora povesti briga i o svojim kostima. S upotrebom tih zaštitnih preparata gotovo se zaustavlja stvaranje vitamina D u koži. Bez dovoljno tog vitamina čovjek ne može resorbirati dovoljno kalcija iz hrane kako bi održavao kosti čvrstima i mišiće jakim. Međutim, ne mogu biti bezbrižni ni oni koji ne upotrebljavaju sredstva za zaštitu od sunca. To se odnosi na one koji žive u onim predjelima zemaljske kugle gdje nema dovoljno ultravioletnog, sunčevog svjetla za vrijeme zime.

Izvori: Razumno izlaganje sunčevom svjetlu. Ako postoji abnormalna nestašica tog svjetla, može pomoći i vitamin D u multivitaminским preparatima, uzetim u preporučenim dozama.

Volite li čašu vina uz ručak?

Možda trebate: folnu kiselinu

Premda je činjenica da umjereno konzumiranje alkoholnih pića može biti dobro za srce, ipak, nažalost, alkohol

može biti i štetan za ostatak organizma. Istraživanja ukazuju da više od dva pića dnevno može udvostručiti rizik od raka debelog crijeva. I žene koje piju jedno ili dva pića dnevno mogu povećati svoje šanse za razvoj raka dojke za 40 posto. Dakle, ako se voli popiti čaša vina, dobro je razmisliti o tome da se uzme i doza folne kiseline.

Više studija ukazuje da ako uzimate dovoljne količine tog B vitamina, smanjujete rizik od raka debelog crijeva povezan s alkoholom.

Izvori: Pored već spomenutih, još su preporučljivi jetrica i naranče. Čovjek si može osigurati preporučenu količinu i putem multivitaminских tableta koje sadrže folnu kiselinu.

Hodate li u svrhu tjelovježbe?

Možda trebate: kalcij

Ako ste uključeni u tjelovježbu poput hodanja, vožnje bicikla, plivanje, u tim se slučajevima ne vrši dovoljan pritisak na kosti, kao što je to, primjerice, za vrijeme trčaranja (jogginga) i zbog toga se ne može računati na to da će kosti dugoročno ostati čvrste. To se odnosi i na muškarce, ali posebno na žene. Ako čovjek ne dobiva dovoljno kalcija putem hrane, izlaz je u tome da ga uzima u umjerenim količinama putem dodataka. Ispitivanja ukazuju da mineral kalcij pomaže ne samo u sprečavanju osteoporoze (od koje oboljevaju i muškarci), nego i u sprečavanju raka debelog crijeva i u snižavanju povišenog krvnog tlaka.

Izvori: mlijeko i mliječni proizvodi

Uzimate li željezo zbog umora?

Možda trebate: pretragu krvi

Preporučljivo je povremeno izmjeriti količinu željeza u krvi. Nedostatak željeza može dovesti do čitavog niza tegoba, posebno kod djece, tinejdžera i trudnica. Međutim, i suvišak željeza može biti opasan, pa prema tome nekontrolirano uzimanje tableta tog minerala, bez upute liječnika, nije dopušteno.

Izvori: krto crveno meso je najbolji izvor, ali i lisnato povrće, iznutrice i jetrica pružaju puno željeza.

Jelovnik

27. 12. utorak:	- Varivo mahune, rolana lopatica, kolač
28. 12. srijeda:	- Umak bolognese, špageti, salata
29. 12. četvrtak:	- Pohana svinjetina, krumpir na seljački, salata

2. 1. ponedjeljak:	- Vinski gulaš, kolač
3. 1. utorak:	- Kobasica pečenica, pirjano kiselo zelje, slani krumpir
4. 1. srijeda:	- Pečena svinjetina, krpice sa zeljem, salata
5. 1. četvrtak:	- Špek fileki, kukuruzni žganci, salata

9. 1. ponedjeljak:	- Varivo grah s kiselom repom, špek
10. 1. utorak:	- Pečena piletina, mlinci, salata
11. 1. srijeda:	- Sarma, slani krumpir, kolač
12. 1. četvrtak:	- Đuveč, rizi-bizi, salata
13. 1. petak:	- Juha, pohani oslić, grah-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
Grafički dizajn: FotoSoft
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

Sljedeći broj naših novina izlazi u petak 13. siječnja 2006.

Obavijesti

Krv dalo 82 Podravkaša

Na hitne pozive tijekom mjeseca studenoga krv je dalo 82 radnika Podravke. To su:

Nikola Andrašek, Davor Anušić, Mario Bago, Drago Banović, Goran Barešić, Ivica Bebek, Ivan Bebek, Vlatko Blažek, Nino Bobek, Marijan Buzina, Anica Canjuga, Sanda Čaldarević, Josip Čordaš, Damir Dombaj, Borivoj Dragosavljević, Mario Duga, Andrija Dukarić, Vladimir Dukarić, Slavko Đurđina, Slavko Đureta, Ivan Ernečić, Nenad Fičko, Zdenko Franjkić, Mladen Galović, Damir Gašparić, Slavko Gaš-parić, Marinko Gazdek, Vladimir Glad, Mijo Gregorić, Josip Gregurec, Željko Horvat, Zoran Husić, Željko Jakupaneć, Branko Jambrović, Zlatko Jercec, Biserka Jurić, Ivan Kapustić, Josip Kopričanec, Josip Kovač, Zlatko Kozina, Zoran Krnjak, Marijan Krsnik, Vjekoslav Kuharić, Dragec Kunić, Martin Ljubić, Petar Maderek, Tomislav Magaš, Miroslav Ozmec, Zdravko Pajnić, Elvis Paleka, Zlatko Pavlek, Damir Pavleković, Đuro Pavliček, Ivan Peti, Zlatko Petrić, Stanko Picek, Želimir Plantak, Miroslav Pobi, Goran Podgorelec, Jasna Puhalo, Dušan Radanović, Mario Radić, Željko Rajn, Dario Sajko, Damir Sakač, Tihomir Seliščak, Mladen Sremec, Darko Strnad, Dejan Strugar, Dubravko Subotičanec, Božidar Šarec, Ranko Šegerc, Mladen Šimeg, Dragutin Špoljarić, Ninoslav Tomašek, Ranko Tušek, Dalibor Vargek, Anka Volarić, Hrvoje Vrček, Ivica Zrinski, Jadranka Zvonar i Antun Žardin.

Interni oglas

Ako ste zaposlenik Podravke i uz to ste ustrajni, strpljivi, skloni timskom radu te kontinuiranom stjecanju novih znanja nudimo vam:

- odgovoran i stimulativan posao
- timski rad u ugodnom i poticajnom okruženju
- mogućnost učenja i stručnog razvoja.

javite se!
Objavljujemo slobodno radno mjesto za poslove
PRECIZNOG MEHANIČARA
s mjestom rada u Umagu
Od vas očekujemo:
• srednjoškolsko obrazovanje za preciznog mehaničara ili strojobravora
• pripravnost i sposobnost za smjenski rad

• razvijene radne navike i odgovoran odnos prema poslu
Prijava pošaljite do 9. siječnja 2006. godine na naslov:
*Ljudski potencijali
Zapošljavanje i razvoj kadrova
(za interni natječaj)
Ante Starčevića 32
48000 Koprivnica*
Kandidate ćemo o izboru obavijestiti u roku 30 dana.

Prodaja ogrjevnog drva

Odjel prigodne prodaje obavještava radnike Podravke da obavlja predbi-lježbu za ogrjevno drvo, cjepanice bukva - grab, po cijeni od 220 kuna za 1 prm ili cjepanice hrasta po cijeni od 180 kn za 1 prm, uz dostavu na adresu kupca. Plaćanje na 6 rata uste-gom od plaće po isporuci drva.
Napomena: Najmanje se može naručiti 4 prm, a najviše 8 prm po radniku - naručitelju. Svaki kupac ima pravo reklamirati kvalitetu i količinu drva na vozilu prije istovara i ne primiti drva ukoliko s njima nije zadovoljan. Nakon potpisa otpremnice - računa za primljena drva kupci drva nemaju pravo reklamacija na kvalite-tu i količinu drva.

Sport

Prvo dvoransko prvenstvo Hrvatske u malom nogometu - završni turnir

Slaven Belupo četvrti

Prošloga vikenda u zagrebačkom Domu sportova odigran je završni turnir Prvog dvoranskog prvenstva Hrvatske u malom nogometu. U završnicu su se plasirale ekipe: Dina-mo, Zagreb, Kamen Ingrad, Slaven Belupo, Inter i Osijek. Igralo se po sistemu svako sa svakim pa su tako nogometaši Slaven Belupa u prvoj utakmici pobijedili Dinamo 4:2, po-tom u samoj završnici izgubili od Zagreba 3:2. Idućega dana remizirali su s Osijekom 2:2 i u zadnjoj utakmici turnira pobijedili Inter 4:2. Tim rezul-tatima osvojili su 4. mjesto na turniru. Pobjednici turnira su Zagrebaši koji su izgubili u zadnjoj utakmici od

Dinama, ali imali su bolju gol-razliku od drugoplasiranog Intera. Treće mje-sto osvojio je Dinamo. Inače, pobjed-nici turnira dobili su 200.000 kuna, drugoplasirani 100.000 kuna, a treće-plasirani 50.000 kuna. Taj novac isklju-čivo mogu potrošiti u financiranju njihovih škola nogometa, dakle za daljnje razvijanje nogometnog pod-mlatka.

U svakom slučaju, turnir je pokazao svoju opravdanost, jer su u nekoliko vikenda na parketu Doma sportova viđeni vrlo lijepi i atraktivni potezi. Sigurno jedan od najljepših izveo je Miljenko Mumlek protiv Osijeka kada je u sjajnom solo-prodoru prošao čak



trojicu Osječana i vratara Vargića. Također, veseli što je najbolji strijelac turnira Slavenaš Bojan Vručina koji je postigao 8 pogodaka.

- Sretan sam, ovo mi je jedan od dražih trenutaka u karijeri - rekao je Bojan nakon što je primio pehar namijenjen najboljem strijelcu. **B. F.**

Prva hrvatska liga kuglača - 13. kolo

Na kraju godine novi rekord kuglane

Podravka - Vrljika 7:1

Bila je to sjajna predstava koprivnčkih kuglača, prava 'ljepotica' u dosadašnjih 13 kola hrvatskog prvenstva, začinjena novim fantastičnim rekordom kuglane. Srušili su Podravkaši 3845 čunjeva, što daje prosjek od 641 čunja - stari rekord nadmašen je za čak 27 čunjeva. Kuglači s poljudskog stadiona pokušali su nemoguće, postavili su samouilačku tak-tiku - svoja dva najbolja igrača suprotsta-vili su udarnom tandemu Podravke Še-gerec - Vučić. A rezultat toga je bilo vodstvo Podravke od 2:0, u setovima 8:0 i 101 čunj prednosti za Podravku.

Zdravko Vučić je već godinama uzda-nica Podravke na domaćim stazama, koji redovito pobjeđuje i najbolje igrače

lige. Bolje nije prošao ni Zelić, nesuđeno pojačanje Podravke. Nakon odlaska Zlatka Betlehema Goran Šegerec ga je sjajno zamijenio - od pričuvnog igrača s klupe stasao je do igrača bez kojeg se sada ne može ni zamisliti sastav Podravke. Ovaj tandem svojim rezultatima trasira sigu-ran put do pobjede.

U drugoj seriji nije počelo tako uvjerlji-vo, Pigac i Miser krenuli su mlako i bez žara. Splićani su odmah uzeli ponuđeno - dobili su prvi set i opasno zaprijetili. Kad su naši dečki vidjeli da protivnik može do iznenađenja, krenuli su ozbilj-nije i do kraja osvojili poene po 3:1 u setovima. Podravka je povelu 4:0, a prednost je narasla do 160 čunjeva. U završnici gosti su stigli do počasnog

poena «krivnjom» indisponiranog kape-tana Trošelj, kojem ništa nije polazilo za rukom. Ali je zato svoj najbolji dan u dugoj karijeri imao Zdravko Miklošić, koji je u sjajnoj igri, uz epitet igrača utakmice, stigao na tri čunja do muškog pojedinačnog rekorda.

Ovom novom pobjedom na svojim stazama Podravkaši će nakon 13. kola «prezimiti» na sjajnom 5. mjestu, što prije starta ni najveći optimisti nisu očekivali. Potpuno su iskoristili povoljan ždrijeb i pokazali da im doma nema ravna. U drugom dijelu naši kuglači imaju nepo-voljan ždrijeb: pet puta gostuju kod direktnih rivala, a četiri puta su domaćini. Prvenstvo se nastavlja 14. siječnja, Podravka putuje u Novsku. **Ž. Šemper**

Moj hobi - Franjo Žitnjak, Podravkin umirovljenik

Uz sport i rekreaciju - slušaj ritam svojeg organizma!

Piše i snimio: **Slavko Petrić**

Ritam življenja Franje Žitnjaka umno-gome se razlikuje od mnogih drugih koji su ispisali posljednju stranicu rad-ne knjižice. U mirovinu je otišao iz Podravkinog Održavanja u kojem je proveo posljednje radno desetljeće ostavivši iza sebe sjajnu ekipu stručnja-ka s kojima je izveo mnoštvo rekon-strukcija i montaža da bi djelo okrunili u moderniziranom Podravkinom Mli-nu. S pomalo bojazni krenuo je penzi-onerskim putem zazirući baš od tog mira, neaktivnosti koji mu je on nudio. No, Franji se ukazalo cijelo bogatstvo mogućnosti sportsko - rekreativnog sadržaja što je on strasno prigrlilo. Zahvaljujući tome danas Franjo sa 70 godina djeluje vitalno, svježe, poletno. S motom “Slušaj ritam svojeg organiz-ma” razvio je stil življenja gdje svako-dnevica počinje glazbom, tjelovježbom, ispijanjem čaja, a nastavlja se u sport-skom ritmu u kojem jedno od mjesta zauzima i pješačenje do pet kilometara udaljenih gorica - raja zemaljskog što ga Franjo dijeli s obitelji.

Franjo je u Varaždinu, u srednjoj školi, igrao nogomet i bavio se streljašt-vom i klizanjem. Kada mu je otac poklonio prave klizaljke, bila je to je ulaznica za Hokejaški klub Varteks. Odigrao je na srednjoškolskom igralištu utakmica za pamćenje, a klizanje je kao sklonost i dar ponio i u daljnji život. Bio je blizak i motociklizmu gdje mu je otac bio pravi majstor. Zaposle-

nje u Geotehnici odvelo ga je u Zagreb a poslovi diljem bivše Jugoslavije. Do-lazak u Podravku 1969. godine otvorio je Žitnjaku i nove stručne i sportske horizonte. U firmi, gdje se u to vrijeme sportu i rekreacije pridavalo puno paž-nje, Franjo je našao sebe, a u zlatno doba izgradnje bio je u velikim projek-tima kao što su bili tvornice Dječja hrana, Pivovara, Belupo, Kvasac, Stu-denac, Segestica...

- U poslovima investicija našao sam sebe zahvaljujući i divnom okruženju stručnjaka s kojima sam radio. Osim s našim ljudima surađivao sam i s europ-skim stručnjacima i spoznao da se uspjeh može očekivati smo tamo gdje vladaju dobri međuljudski odnosi, a toga je kod nas bilo uvijek. Uz posao uvijek sam se bavio i sportom, jer smatram da ako želiš povezati rad i zdravlje moraš među njih staviti sport. Jedno pomaže drugom. Da bi frustrirajuću svakodnevicu lakše po-dnosio, moraš imati ispušni ventil - kaže Franjo koji se u Podravki nakratko pri-klonio streljaštvu, ali mu je zimska rekreacija bila bliža.

S grupom entuzijasta (Hmelina, Ho-mar, Perošić, Maravić, Sajko, Kolarić, Juršetić, Petrić ...) osniva Sekciju za zimske sportove i rekreaciju uz koju će zauvijek ostati zabilježeno prvo skija-lšte i sanjkaliste na obrmcima Bilogore. Na neponovljive ljepote koprivnčke skijaško - sanjakaške staze na PRC-u u Starigradu ostaju samo - sjećanja A bilo je tamo i “čaja i igara” i pripremanje neskijaša, i brojnih skijaša i sanjakaša, i



Franjo Žitnjak

druženja, i veselja i čistog zraka. Bila je tamo i vučnica i noćno osvjetljenje... Za marnost u Sekciji koja je vodila skijaše i na skijališne centre u Sloveniji Franjo je polovicom devedesetih godina progla-šen i sportskim radnikom Koprivnice.

Ako pod svoje hobije podvodi sport-ske aktivnosti koje život znače, onda su to svakako klizanje (i danas Franjo redovito otkliže dnevni “dir” na kliza-lištu u gradu, a imao je čast da u posljednje dvije godine bude i “pred-vozač” na otvorenju klizališta u Koprivnici) tenis, vinogradarstvo i glazba.

- Osim klizanja tjedno dva do tri puta igram tenis na stadionu. Prvenstveno zbog zdravlja i prijateljstva koje je također svojevrstan eliksir. Zahvaljuju-ći igranju tenisa stekao sam bezbroj divnih prijatelja i imam osjećaj da je to sport koji najviše zbližuje ljude. Sa svim ovim mirovinu osjećam kao aktivnost, a ne dosadu u koju je neki pretvaraju. Međutim, treba je progra-mirati i dozirati i ne opterećivati se.

NK Slaven Belupo

Novi trener Elvis Scoria

Na sastanku Uprave Slaven Be-lupa, koji je održan 19. prosinca, donijeta je odluka da novi trener koprivnčkog prvoligaša bude El-vis Scoria, koji je do nedavno bio trener Rijeke. Dosadašnjem tren-neru Nikoli Jurčeviću Uprava se zahvalila i on je od ovoga tjedna slobodan. Novi trener se jučer sastao sa čelnicima kluba te do-govorio suradnju. Prioritet angaž-mana Elvisa Scorije je da u prolje-tnom nastavku prvenstva Slaven Belupu osigura prvoligaški sta-tus. S novim trenerom Uprava će razgovarati o trenutačnom igrač-kom kadru, odlascima nekih igra-ča koji nisu ispunili očekivanja kao i o potencijalnim pojačanjima.

Nažalost, kao što je znano, Sla-ven Belupo je prvi dio prvoligašk-kog prvenstva završio na pretpo-sljednjem mjestu, što je daleko ispod razine klupskih ambicija.



B. F.

Vinograd, za kojeg su se opredijelili mnogi sportaši, smatram divnim izvan-sportskim hobbijem kojemu se sav pre-dajem. Vinograd, voćnjak, vrt i klijet iznad Starigrada moj su drugi dom, dom moje obitelji, prijatelja i znanaca. Ne znam kada je u goricama ljepše, zimi, ljeti, u jesen ili u proljeće. Odra-stao sam (kao pravi Zagorac) u obitelji s goricama i puno sam još naučio u vještini vinarenja i podrumarenja - ka-že Franjo

U Žitnjakovim goricama teče kapljica od graševine, rajnskog rizlinga i muš-kata, na stolu je uvijek voće ubrano sa 85 stabala gnojnih ekološkim sred-stvima (kompost, kalifornijske gliste), a na zidovima odličja za vina sprema-nih dobivernih za znanje i znanja i iskustvo u vinarstvu. Druženje s vino-gradarima shvaća isto kao i u tenisu, a ako se zna da je Franjo zaljubljenik i sviranja na gitari - “fešta može početi“. Na popularnom žičanom instrumentu je samouk ali mu i taj “posao” odlično pristaje. Najviše ga privlače domaće popevke za široki krug pjevača, a jednako voli podravsku, zagorsku, me-dimursku glazbu.

- Čovjek koji voli muziku pola svijeta više vidi od drugih, a kroz zabavu organizam stvara energiju i inspiraciju za život. Gitara je hobi bez kojeg - uz sport - ne mogu zamisliti život. Način je kako iz svakodnevnog života izbaciti negativne vibracije. Pomaže isto koliko i sport koji bih preporučio svima koji žele zdravo i ugodno živjeti. Zbog toga bih, uz čestitke prijateljima, pogotovo u Podravki, za novo ljeto uputio i poziv da poslušaju zov svojeg organiz-ma i počnu se u 2006. baviti sportom. Biti će zdraviji, veseliji, zadovoljniji - na kraju poručuje čovjek koji na najbolji način svjedoči kako je, baveći se spor-tom, kotač vremena moguće usporiti.

Novogodišnja nagradna križaljka

AUTOR: PETAR IVEGEŠ	SLOMITI, POTRTI	RUJKA U ŠPANJOLSKOJ	? ↓	PLEŠ JUŽNE AMERIKE	EDITA	OBRATNO OD PROTIV	KISIK	DUBRAVKO SIDOR	UPITNA ZAMJENICA	ŽIVOTINJA IZ ANDA	NAZIVI	? ↓	RAŠČLAMBA
? →													
OBRADI- VANJE							LIJEPO GRADEN JADRANSKO LJETOVALIŠTE						
STRAH PRED NASTUPOM						BELGIJA VELIKI KAMION		GRČKO SLOVO VRSTA MAJMUHA					
GEOMET- RIJSKI LIK					ŠKOLA REZER. OFICIRA DORIS DAY			NOGOMETAŠ KARABEG IZLOŽBA NOVITETA					
GRAM		ALPSKI PJEVACI DIJELOVI MOTORA								TATA U SLOVENIJI HORA			
AKADEMIJA KAZALIŠNE UMJETNOSTI				NE BAŠ PRAVO (VINO) INDIOSI							NK U NIZOZEMSKOJ ASANOVIĆ		
ZLOČESTI GROF FRANJO					LIJEPI VIDIK ZAGADI- VANJE								
ŽITELJKE IRANA							ZALOGAJI KRAVE						DIVAN, LEZAJ
 DUBROVAČKA TVRDA ? ↓							5. I I. SAMOGLASNIK KREDIT BANKA			ODOAKAR OKRUGLO SLOVO			
NOGOMETAŠ BRUNO						KUTINA ANGLI- KANAC			DJIA- FRAGMA RIZIKOVATI				
SKRAĆENI ORGAN				HAMBAR STARE MJERE						TRKAČ BOLDON MUŠKO, ŽENSKO			
VALJUŠ- KANJE							MITSKA NEMAN GLUMICA VALLI				EDO MURTIĆ ODANDE		
NALJEPNICA								KLICA, TRUSKA ANNO					
DOVANI ALI MANJI					KOJI IMA OLAKOTNOST AZE MINA								
RUJKA U MYANMARU								PJEVAČ KABILJO NE OVAKI					IME CHURCILLA
GORAN IVANISEVIĆ			PISAC KRŠNJAVI POBUNJENIK							METAR TASTERI NA UREDAJIMA		WATT ? ↓	
URUGVAJ		URAN KOJE JE IZBAČENO		PROVODITELJI ASANA CIJE NIJE DEBEO									
DIO DRVETA					TONA TURISTIČKO DRUŠTVO TIVAT		KONJI PO TURSKI SVJETLANIN IMENJAK				NIJE OFF RUBALJ		
ASTARIN						SKIJAŠKO TRČANJE 4. SAMO- GLASNIK							
TRGOVAČKI POGONI									AMPER POTRTI, UNISTITI		IVO TIJARDOVIĆ BIZNIS KNJIGA		
 PRKOS DIO KOŠA						JOD MODRI	NIJE JAKO NAŠICE						
LIČKI OSJEK					AMERIČKI RATNI URED DRAGI KAMEN								
BRIŠKI NOGOMETNI KLUB				DIO CRKVE S PUNOM ODGOVOR- NOŠĆU						EMMA SMITH NAJTANJE SLOVO			SKIJAŠICA JELUŠIĆ
RUTENIJ		TALIJANSKI NK ROBERT KNJAZ						TINKA, TINA OVO					
TRPATI U NESTO										NIJE NOĆ MUSCU- LINUM			
? →								MAJICA					

Nagradni pojmovi:

Ime i prezime:

Radna cjelina:

Adresa:

Dragi Podravkaši,

Za predstojeće blagdane nudimo vam veliku, zanimljivu i nagradnu križaljku, uz koju vam želimo ugodnu razonodu, a uz malo sreće možete osvojiti i nagradu. U križaljci se nalazi i šest nagradnih pojmova - Podravkinih proizvoda (u smjeru strelice) koje ćete dobiti ako pravilno riješite križaljku.

Kad ste riješili križaljku, upišite u kupon barem četiri tražena pojma i svoje podatke, te kupon pošaljite do 13. siječnja na adresu:

Redakcija lista Podravka (za nagradnu križaljku)

Najsretnijim rješavačima pripast će kao nagrade poklon paketi Podravkinih proizvoda. Sretno!

NA ŠILJKU

Netko će se za Novu godinu uređivati, netko će ići u hotel, netko će biti doma, netko će voditi ljubav, bit će sigurno raznih želja, a netko će možda i pričati viceve u društvu...

Uz najljepše želje, evo za svakoga ponešto!



Priprema: **Vojo Šiljak**

Poželjela jedna Riječanka otputovati u Australiju, no kako joj je za kartu nedostajalo novca nagovorila je jednog mornara da je sakrije u svojoj kabini kao slijepog putnika. I tako je tri tjedna provela skrivena u kabini, on joj je redovito donosio hranu, a svoje je usluge, dakako, svake noći redovno naplaćivao.

Na nesreću, jednog dana kapetan otkrije slijepu putnicu, i nakon što je priznala kako nema kartu, djevojka ga upita:

- Gospodine kapetane, sad smo, najvjerojatnije, već jako blizu Australije.
- Australije?! Pa ovo je trajekt za Lošinj.

Neka 45-godišnja žena došla je plastičnom kirurgu, pa mu kaže kako je čula za njegove specijalne metode korekcije izgleda.

- Metoda je vrhunska, ali jako skupa - kaže kirurg i zatim joj pojasni kako je riječ o jedinstvenom zahvatu koji samo on primjenjuje, a poznatiji je pod imenom pipa. Naime, iza uha će joj ugraditi malu ručicu koja izgleda kao pipa za vodu, i kad god primijeti da joj se neki dio lica opustio, trebat će samo malo zavrnuti pipu, zategnuti kožu, i sve će opet biti kao novo.

Pristane žena i na operaciju i na visoku cijenu, kirurg obavi posao, žena ode, i nisu se vidjeli punih dvadeset godina. Dode ona jednoga dana i kaže kako je sve donedavno bilo super, ali u zadnjih nekoliko mjeseci, koliko god zavrtala ručicu nikako ne može ukloniti vrećice ispod očiju.

- Gospođo - reče kirurg mirno - nemojte ni pokušavati, jer to nisu obične vrećice, to su vam sise.
- Aha - reče žena s olakšanjem - sad znam i odakle mi kozja bradica!

U kinu, u mraku, začuje se ženski glas:

- Maknite tu ruku!

Za nekoliko minuta začuje se isti taj glas:

- Ne vi, nego vi!

Razgovaraju dvije mlade djevojke:

- Da li se tebi puši nakon seksa?
- Vjeruj mi ne znam. Nisam još nikada pogledala!

Mladić i djevojka otišli na izlet u planine, pa nakon nekog vremena stigoše do jednog proplanka.

- Oh, kako je lijepa ova livada, kao stvorena za piknik - reče mladić.
- Imaš pravo! No ja bih ipak prije nešto pojela.



Crta: Ivan Haramija - Hans