



PODRAVKA

LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA

Redizajn na Podravkinjoj web adresi www.podravka.hr

Podravka objavila nove korporativne web stranice

Podravka nastavlja biti odgovoran "digitalni korporativni građanin", a novim je web stranicama još jednom dokazala usmjerenost odgovornom komuniciranju putem svih suvremenih kanala

Piše: Ines Banjanin

Podravka je u četvrtak 29. studenoga objavila redizajnirane i sadržajno bogatije korporativne web stranice na adresi www.podravka.hr. Rad na projektu trajao je samo tri mjeseca i u tom je periodu obavljen cjelokupan posao, koji nije bio nimalo jednostavan, budući da ovakvi projekti inače traju minimalno šest mjeseci. Zato u Korporativnim komunikacijama ističu kako je postignut veliki uspjeh.

Stranice podijeljene u module

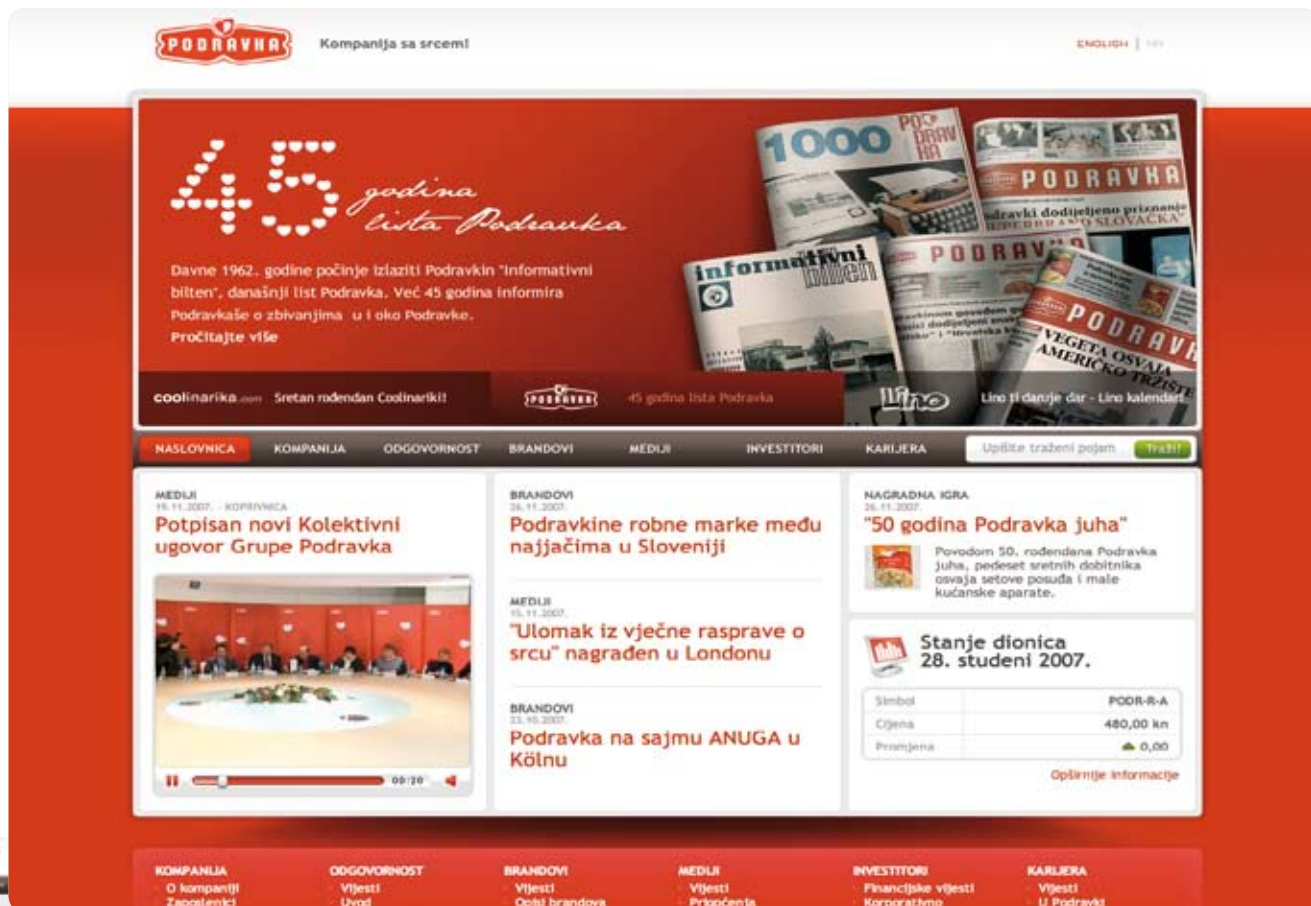
Nove korporativne stranice Podravke namijenjene su novinarima, investitorima i financijskim analitičarima, poslovnim partnerima, potencijalnim i sadašnjim zaposlenicima, potrošačima, ali i svima onima koji se prvi puta upoznaju s Podravkom.

Posljednji redizajn proveden je 2003. godine, također krajem studenoga. Bitan je korak

učinjen u pravcu integracije novih korporativnih stranica s postojećim web stranicama Podravke u smislu međusobnog dijeljenja sadržaja i funkcija. Stranice su podijeljene u module koji pružaju kvalitetnu i cjelovitu sliku Podravke u javnosti. Modul "Kompanija" sadrži informacije o kompaniji, njezinoj povijesti, članovima Uprave i Nadzornog odbora, informacije o tržištima, politikama, nagradama... Modul "Odgovornost" sadrži vijesti vezane uz Podravku u kontekstu održivog razvoja, informacije o društvenom, ekološkom i gospodarskom utjecaju naše kompanije, sponzorstvima i donacijama te Zakladi "prof. Zlata Bartl". Modul "Brandovi" sadrži vijesti vezane uz naše proizvode i brandove, informacije o nagradnim igrama...

Bogatiji i pristupačniji sadržaj

Modul "Mediji" sadrži najnovije vijesti, objave za medije, fotografije, videozapise, radioemisiju, slike, izvješća, doku-



mente, objave u drugim medijima te ostale medijske sadržaje vezane uz Podravku. Modul "Investitori" sadrži financijske vijesti, informacije o dionici i obveznici Podravke, financijske informacije i izvješća. Modul "Karijera" sadrži vijesti, informacije o zapošljavanju u Podravki, razvoju karijere, Podravkinjoj menadžerskoj akademiji.

Stranice su sadržajno osjetno bogatije i pristupačnije korisnicima, a primjetna razlika u odnosu na prijašnju verziju odnosi se na konsolidaciju sadržaja koji su sada preuređeni na bitno upotrebljiviji

način kako bi bili na dohvat ruke svim posjetiteljima. Preuređena je i aplikacija za upravljanje sadržajima koja omogućava dodatne inovacije. Ovako postavljen sustav upravljanja sadržajima predstavlja odstupanje od tradicionalne logike opremanja korporativnih stranica.

Najviši standardi web struke

Kako u Korporativnim komunikacijama ističu, obnovom korporativnih web stranica zadovoljeni su najviši standardi i dostignuća web struke poput društvenih medija, web standarda te principa dizajna pre-

ma web 2.0. Cjelovitost korporativnog komuniciranja na internetu predstavlja i njezina socijalizacija. Uz korporativne web stranice, Podravka je sada prisutna i na društvenim servisima kao što su YouTube, Flickr, delicio.us i drugi. Podravka nastavlja biti odgovoran "digitalni korporativni građanin", a ovim je stranicama još jednom dokazala usmjerenost odgovornom i transparentnom komuniciranju putem svih suvremenih kanala.

U obnovi korporativnih stranica sudjelovale su agencije Case Sensitive d.o.o., Web Burza d.o.o. i Skin 29 d.o.o. ■



45 godina
lista Podravka



NAŠA POSLA**U pet godina Vegeta još dominantniji brand**

Podravka je i u istraživanju 2002. i u njegovu ponavljanju 2007. zadržala drugo mjesto po organizaciji, imidžu i povjerenju kupaca



Piše: Željko Krušelj

Večernji list je ovih dana naručio istraživanje koje je trebalo odgovoriti na pitanje što se u proteklih pet godina u hrvatskom gospodarstvu promijenilo u stvaranju tržišnih brandovam kao i razini njihove prihvaćenosti u najširoj javnosti. Da bi istraživanje bilo što vjerodostojnije, ponovljena su ista pitanja koja su korištena 2002. godine, a za dva pitanja nastojalo se da se, ukoliko nisu promijenili posao, opet očituju isti predstavnici iz stotinu najvećih hrvatskih tvrtki.

Kad su se cjelokupni rezultati proanalizirali, zaključak nije pretjerano optimističan. Pojednostavljeno rečeno, domaćeg gospodarstvo nije odviše dinamično i ne stvara se dovoljno novih vrijednosti. U tih pet godina premlaž se toga promijenilo, što govori da su strategija i društveni smisao stvaranja i upravljanja brandovima u nas još nedovoljno poznati. Rezultati, naime, govore da tvrdnja predstavnika najvećih tvrtki kako 78 posto njih radi na stvaranju prepoznatljivih marki ne daje zadovoljavajuće rezultate, jer bi se u spomenutih pet godina puno više toga mijenjalo. Interesantno je, međutim, da je postotak tvrtki koje su spremne na stvaranje prepoznatljivih marki potpuno isti i 2002. i 2007., iako se u tih pet godina jako puno govorilo o potrebi brandiranja proizvoda, jer oni na tržištu dostižu osjetno veću cijenu, a i olakšan im je i izvoz na strana tržišta.

U cijelom tom istraživanju Podravka je, za razliku od mnogih drugih, prošla sasvim zadovoljavajuće. Ona čvrsto drži svoju poziciju, za razliku od drugih kompanija koje su mijenjale redoslijed. Na pitanje koja je domaća marka na razini svjetske kvalitete, odgovor je i 2002. i danas gotovo isti. Prvoplasirana je i onda i sada Vegeta, s tim da je u međuvremenu i osjetno povećala razliku u odnosu na druge marke. Dok ju je ranije 69,6 posto anketiranih stavljalo na prvo mjesto, danas to čini 74,2 posto ispitanika. Nekada je na drugome mjestu bio Sumamed, da bi sada on pao za jedno mjesto, a "srebra" se dokopala Bajadera, koja je prije bila treća. Indikativno je da

na tom popisu i onda i sada slijede Jamnica, kravata Croatia, Cedevida, Dorina, Ožujsko pivo, Karlovačko pivo, Ronhill i Studenac, samo što se redoslijed nešto promijenio. Podravka i Kraš jedine imaju po dvije marke, što je također uspjeh. Zanimljivo je da na tom popisu nema Zvijezda ulja, koje je u nekim drugim istraživanjima po prepoznatljivosti dijelilo mjesto s Vegetom.

Vegeta, inače dominira u još tri pitanja, gdje se također u pet godina ništa nije promijenilo. Na pitanje koju domaću marku najviše cijene, 70-ak posto ispitanika je opet s velikom razlikom prema svima ostalima odabralo Vegetu. Sada je druga Cedevida a treći Sumamed, a nekada je bilo obrnuto. Kad je uslijelo pitanje koja je domaća marka najprepoznatljivija, vodećoj Vegeti u tih pet godina ništa nije naškodilo, a opet se na ljestvici najviše popela Bajadera. Naposlijetku, najboljom, što znači i najvrijednijom, hrvatskom markom proglašen je isti taj prije pola stoljeća osmišljeni Podravkin dodatak jelima, da bi zatim slijedili Bajadera, Cedevida, Jana, Kraš, Podravka (shvaćena kao marka), Franck, Jamnica, Zvijezda, Ledo, Dukat, Pliva, kravata Croatia, Dorina, Gavrilović, SMS, Faks helizina, Konzum, INA, Ožujsko pivo i tek onda Sumamed. Može se uočiti kako pojedinim slučajevima, primjerice Frankovo ili Vindijinom, nisu visokorangirane robne marke, već brand čini sama kompanija.

Analizirano je i koje su vodeće hrvatske tvrtke u tih pet godina, ali po kriteriju prihoda ili profita, nego po razini organiziranosti i imidžu u javnosti. Dok je 2002., kažu ispitanici, to bila Pliva (sa samo jednim postotkom ispred Podravke!), sada je to Agrokor. Za njega se odlučilo 45 posto anketiranih, dok je opet drugoplasiranoj Podravki pripalo 43 posto. Pliva je u međuvremenu pala na peto mjesto, dok su treći i četvrti Kraš i Atlantic grupa.

Postavljeno je i pitanje u koje domaće tvrtke ispitanici imaju najviše povjerenja. Prije pet godina je redoslijed bio Pliva, Podravka i Kraš, da bi sada Agrokor opet došao na prvo mjesto, a slijedi ga Podravka i, opet, Kraš. I tu je Pliva, koju mnogi više ne percipiraju kao domaću kompaniju, pala na peto mjesto, da bi se i tu naglo dijela Atlantic grupa, a slijede INA, T-HT, Dukat, Franck, Saponija, Vindija i Konzum.

Očito je da Podravka između dva istraživanja nije gubila svoj status na tržištu, ali ni u najširoj javnosti, no da ta dobra pozicija nije dovoljno iskorištena da bi se u najprepoznatljivije brandove lansirali još neki njeni visokokvalitetni proizvodi. ■

Razgovor s članom Uprave Podravke Miroslavom Vitkovićem**Kompanijski rezultati trebaju biti kao i oni na hrvatskom tržištu**

Piše: Boris Fabijanec
Snimio: Nikola Wolf

Dobra tradicija u Podravkinjoj Prodaji Hrvatska se nastavlja. Naime, i u devet mjeseci ove godine, kao uostalom i nekoliko godina unatrag, prodaja na hrvatskom tržištu, koje je najveće i najprofitabilnije Podravkino tržište, bilježi dobre poslovne rezultate. U odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje bilježi se 8 posto rasta prodaje, a u odnosu na plan 4 posto. Također, i struktura troškova je u zacrtnanim planovima pa član Uprave naše tvrtke Miroslav Vitković, između ostaloga zadužen i za hrvatsko tržište, ima razloga za zadovoljstvo.

- Uz to što smo postigli zapažene rezultate u programu riteila, posebno me veseli što kontinuirano rastemo u gastro programu, jer smo gastro tržište zacrtali kao jedno od strateških kanala Podravkine prodaje. To tržište će se i dalje razvijati te je naš cilj da adekvatno pratimo rast i razvoj hrvatskog turizma kako bismo paralelno i mi značajnije i više rasli. Također, zadovoljstvo mi je istaknuti kako smo po svim analizama znatno popravili vidljivost Podravkinih proizvoda na prodajnim mjestima, a to znači da po jasno zacrtanim i planiranim hodogramima naši proizvodi se mogu naći na svim značajnim prodajnim mjestima u Hrvatskoj. Ove godine napravili smo i značajni iskorak u segmentu prodaje pića akvizicijom Lera čime smo definitivno stavili točku na i daljnje strategije i razvoja programa pića.

• **Prodaja i distribucija Lero programa počela je 1. srpnja ove godine i prema dosadašnjim pokazateljima taj program zaista pokazuje potencijal. Prodaja tih proizvoda je dobra, a zanimljivo je da uopće nije bilo marketinških akcija koje bi pratile taj program. Vaš komentar.**

- To je činjenica, ali zbog toga što se unutar našeg Marketinga rade intenzivne pripreme za 2008. godinu i praktički očekujemo jedan marketinški bum Lera iduće godine. No, ovdje bih htio istaknuti da kada radite akviziciju onda sva dosadašnja iskustva pokazuju da u prvom trenutku dolazi od pada prometa zbog određenih komplikacija u fazi preuzimanja. Kod nas to nije bio slučaj i želio bih čestitati ekipi iz Prodaje Hrvatska na odlično odrađenom poslu, jer nije bilo nikakvih poremećaja na tržištu. Dapače, bilježi se rast prodaje u odnosu na to kako su radili u Istravinu. Uz navedeni program ika veseli i bitan rast prodaje Vegete. Prema svemu do sada navedenom, tržište Hrvatske koje trenutno u strukturi ukupnog prometa Podravke čini više od 50 posto, zahvaljujući prodajnoj ekipi i marketinškoj potpori, ostvaruje značajan rast na najzahtjevniji-



jem i najznačajnijem Podravkinom tržištu.

• **Analizirajući prodajne rezultate Podravke za ovogodišnje devet mjeseci posebno veseli sada već kontinuirani rast prodaje mesnog programa.**

- I mene veseli ti rezultati unatoč brojnim strahovima koji su postojali nakon što je konkurencija znatno ojačala u zadnjem razdoblju i što troši znatno veća marketinška sredstva od nas. Bez obzira na to, bilježimo znatan rast prodaje u mesnom programu, a bitno je još istaknuti da smo u tom programu i po pitanju profitabilnosti ostvarili sve zacrtane ciljeve.

• **Za ovako dobre poslovne rezultate na tržištu Hrvatske, osim prodajne operative i marketinga zasluge imaju i logističari.**

- Bez daljnjega, a što se tiče Podravkine Logistike mi smo još 2006. godine zacrtali jasnu strategiju restrukturiranja, gdje smo napravili cjelokupni projekt kojega je usvojila Uprava i Nadzorni odbor. Unutar tri godine izgradit ćemo minimalno tri, a u planu je čak četiri jaka distributivna centra u Hrvatskoj. Prvi se počeo graditi u Dugopolju i u tom najmodernijem distributivnom centru obavljać će se distribucija za cijelu Dalmaciju. Time ćemo smanjiti broj sadašnjih skladišta jer smo se do sada decentralizirano razvijali, a sada će svi programi biti na jednom mjestu i time će se sigurno smanjiti troškovi i povećati efikasnost. A najbitnije je to da će se pojačati servis prema našim kupcima - isporuke će biti brže, kvalitetnije i točnije. Regija Dalmacija intenzivno raste, bilježi povećanja prodaje iznad 10 posto i taj trend treba pratiti efikasna i kvalitetna distribucija. Također, tijekom iduće godine počinje projektiranje velikog distributivnog centra u Koprivnici u industrijskoj zoni, gdje ćemo također objektiviti sve naše programe. Plan je da se taj centar izgradi tijekom

2009. godine te da bude u funkciji. Potom nam ostaje rješavanje područja Rijeke, Kvarnera i Istre, a ovisno o razvoju situacije vidjet ćemo što ćemo sa Zagrebom i Osijekom, jer tamo imamo skladišne kapacitete koji nisu zadovoljavajući za generalno preuzimanje regije. Svi ovi navedeni planovi vezani za logistiku trebali bi u konačnici uštedjeti nekoliko desetaka milijuna kuna i te investicije, po studiji koju smo napravili, relativno brzo trebale bi se isplatiti. Također, htio bih naglasiti, osim što neke stvari radimo sami, nije isključeno da ćemo neke stvari raditi s partnerima, specijalno

• **Prema svemu do sada rečenom, tradicija dobrih poslovnih rezultata na hrvatskom tržištu se nastavlja, ali na žalost, gledajući poslovne rezultate kompanije u devet ovogodišnjih mjeseci, oni stagniraju. Gdje je problem?**

- Slažem se s vama. Čudno je da je najznačajnije i najprofitabilnije tržište raste, a globalno kompanijski planovi se ne ostvaruju kao što je vidljivo iz rezultata za prvih devet mjeseci. Smatram da je to jedna tema koju Uprava definitivno treba staviti na dnevni red i da mora preispitati je li restrukturiranje u 2006. i 2007. godine polučilo zadovoljavajuće rezultate. Mislim da se tu nije desilo ono što se je trebalo desiti i smatram da Uprava pod hitno mora ispitati uložena sredstva u restrukturiranje kompanije u odnosu na efekte restrukturiranja u svim segmentima. Osobno ću se zalagati da se 2008. godina proglasi godinom značajnog održavljenja kompanije u smislu profitabilnosti, a tu mislim da moramo na stol staviti sve troškove koji ruše tu profitabilnost, a nisu direktno u funkciji rasta prodaje i prihoda. Smatram da takvih troškova ima podosta. Također, vrlo jasno i precizno treba analizirati sve naše vanjske suradnike i kompanije koje rade na tom restrukturiranju, značisvekonzultantske usluge i sve konzultante koji su trenutno u Podravki, te da se stavi na stol koja je efikasnost njihovih projekata u restrukturiranju kompanije i da vidimo koliko smo mi to platili, a koliko je Podravka s druge strane dobila. Smatram da taj omjer nije zadovoljavajući i to se mora pod hitno staviti na dnevni red Uprave te se treba zahvaliti svim konzultantskim kućama koje su u našoj kompa-

niji, a nisu polučili zadovoljavajuće efekte. Isto tako, svi se moramo početi više domaćinski ponašati, ispitati najveće grupe troškova koje trenutno imamo - od različitih najamnina, sponzorstava, broja vozila u kompaniji, koliko smo zaposlili menadžera u zadnje dvije godine i koji su efekti njihova rada, te je li potrebno na menadžerskim pozicijama smanjiti broj ljudi, do toga da svaki izvršni direktor podnese račun na kraju godine unutar svojih domena, segmenata i odgovornosti. Dakle, zbog čega nisu ostvareni zacrtani planovi unutar pojedinih sektora u kompaniji? Isto tako treba ispitati sva naša internacionalna tržišta te vidjeti na kojima treba mijenjati sustav rada, imali potrebe za otvaranjem nekih novih ili zatvaranjem nekih postojećih. Nakon takve detaljne analize mislim da će cijela kompanija biti zrelija što se tiče kvalitetnijih odnosa prema troškovima i definitivno ću se zalagati da 2008. godina bude godina ozdravljenja Podravke u smislu troškovne efikasnosti i profitabilnosti. Paralelno s tim mora se intenzivirati strategija rasta kompanije, odnosno da se pokrenu procesi daljnjeg rasta, zapošljavanja i razvoja.

• **Uz daljnje aktivnosti prodaje na terenu, ovih dana se intenziviraju i dogovori oko planiranja za iduću godinu.**

- Pripreme planova za iduću godinu su u završnoj fazi i ne trebam spominjati da su planovi prodaje uobičajeno ambiciozniji. Ne sumnjam da će ova godina na hrvatskom tržištu završiti pozitivno, bit će ostvareni svi zacrtani planovi prodaje u zacrtanim okvirima troškova što je vrlo bitno za daljnje dizanje profitabilnosti samog tržišta. Želim naglasiti kako se unazad sedam, osam godina hrvatsko tržište intenzivno mijenja, posebice ulaskom velikih europskih trgovačkih lanaca koji nameću svoje standarde i mi se tome moramo prilagođavati. Do sada smo to uspješno radili pa ne sumnjam da ćemo i dalje parirati svim zahtjevima na tržištu Hrvatske. Za iduću godinu zacrtali smo da ponudimo trgovačkim lancima partnerstvo kako bi zajedno rasli na hrvatskom tržištu te još više popravili vidljivost naših proizvoda kako bi u svakom trenutku bili na dohvat ruke potrošačima. Također, određeni marketinški budžeti koji se kanaliziraju prema trgovinama trebaju biti još efikasniji i morat ćemo intenzivnije mjeriti marketinška ulaganja kako bi svaka uložena kuna donijela Podravki barem dvije. U segmentu prodajne organizacije služba za ključne kupce će rasti s brojem povećanja ključnih kupaca, a normalno i iduće godine će teren biti pod najvećim pritiskom jer tu su brojke nemuljive. To je najstresniji dio priče, ali i ono po čemu je naša kompanija najprepoznatljivija i najbolja u Hrvatskoj - rekao je na kraju razgovora Miroslav Vitković. ■

U Sloveniji su podijeljene nagrade Superbrands**Podravkine robne marke među najjačima u Sloveniji**

U Sloveniji su ove godine prvi put podijeljene nagrade Superbrands, koje se u 73 zemlje svijeta dodjeljuju najboljim robnim markama na tržištima. Za "Slovenija SUPERBRANDS 2007." konkuriralo je oko 700 robnih, a komisija od 22 člana, koju su činili predstavnici stručnjaka marketinške struke i medija, odabrala je 105 super maraka.

Marke su procjenjivali prema četiri kriterija: kvaliteta, pouzdanost, emocionalni naboj i diferencijacija.

Na podjeli "Slovenija SUPERBRANDS 2007." predstavilo se 45 robnih maraka, koje će to aktivno komunicirati te objavitviti svoju priču u knjizi Superbrands.

Na dodjeli "Slovenija SUPERBRANDS 2007." vrlo zapaže-

no mjesto zauzela je Podravka koja se našla među tri najbolja poduzeća koja su primila po tri priznanja.

Priznanje "Slovenija SUPERBRANDS 2007." dobile su marke Vegeta, Podravka i Čokolino.

Alja Vulić Učakar
direktorica marketinga u Podravka d.o.o., Ljubljana



Priznanje "Slovenija SUPERBRANDS 2007." dobile su marke Podravka, Vegeta i Čokolino

U Podravki potpisan Ugovor o distribuciji s albanskom tvrtkom Cozmos-Viroi**Veća zastupljenost Podravkinih proizvoda na albanskom tržištu**

Edmond Mahmuti i Krunoslav Bešvir potpisali su Ugovor o distribuciji Podravkinih proizvoda na albansko tržište (snimio N. Wolf)

Predstavnik tvrtke Cozmos - Viroi Edmond Mahmuti i direktor sektora Tržište jugoistočne Europe Krunoslav Bešvir potpisali su 27. studenoga Ugovor o distribuciji Podravkinih proizvoda na albansko tržište. Na potpisivanju ugovora bio je i član Uprave Podravke Goran Markulin te specijalist analize tržišta Matko Žnidarić. O razlozima izbora Cozmosa-Viroi, tvrtke koja je inače među pet najvećih distributera i kroz svoju mrežu pokriva cijelo albansko tržište, Krunoslav Bešvir je rekao:

- Podravka je u ovoj godini postavila cilj da ozbiljnije ude na tržište Albanije i naše pr-

ve pripreme radnje već su počele u siječnju te smo u nekoliko navrata radili istraživanje tržišta te ga isto tako posjećivali. Tvrtka Cozmos - Viroi pokazala je značajan interes, poslovnu ambiciju i visoku motivaciju za rad s Podravkom te smo ih ocijenili kao najpovoljnijeg partnera za buduću razvoj i Podravke i ukupnog posla njihove tvrtke u Albaniji. Inače, moram istaknuti određeno iznenađenje činjenicom da opća poznatost Podravke i njezinih proizvoda marki u Albaniji nije prisutna, osim relativno prepoznatljivosti Vegete. Zbog toga je naš ulazak na to tržište i sve aktivnosti koje pripremamo zahtjevniji, ali se na-

damo da će biti uspješan i da ćemo ostvariti zacrtane ciljeve. A jedan je od njih da Podravka u kratkom vremenu postane lider u kategoriji dodaci jelima, potom velike izgleda za uspjeh na tržištu imaju riblje konzerve, žitarice, dječja hrana i juhe u kockama. U svakom slučaju za ove ciljeve mislim da smo našli vrlo profesionalnog i korektnog partnera koji ozbiljno pristupa svakoj poslovnoj temi.

- Vrlo sam zadovoljan i veselim se suradnji s Podravkom te smatram da će ona sa svojim proizvodima vrlo brzo zauzeti značajna mjesta na albanskom tržištu. Ipak je riječ o vrlo respektabilnoj prehrambenoj

kompaniji koja ima kvalitetu i tradiciju. Naravno, najznačajniji brand u našem osvajanju tržišta Albanije bit će Vegeta, a s njom ćemo postupno uvoditi i još neke proizvode Podravke za koje smatramo da imaju dugoročnu perspektivu na našem tržištu - izjavio je nakon potpisivanja ugovora Edmond Mahmuti.

Operativni dio priče o koistraživanja tržišta, navika potrošnje, targetiranja robnih marki Podravke u Albaniji najviše je odradio Matko Žnidarić.

- Bio sam četiri, pet puta u Albaniji i htio bih se zahvaliti gospodinu Mahmutiju na izuzetno korektnoj, ne samo profesionalnoj, već i osobnoj suradnji. Naime, on se zaista potrudio da nam predloži stanje na albanskom tržištu te nam objasni što možemo, što ne možemo i kako zapravo nastupiti na tom tržištu. Već su svi značajniji svjetski igrači tamo i konkurencija je velika. Napravili smo temeljitu pripremu i spremni smo na zahtjevan posao osvajanja albanskog tržišta i po tom pitanju sam veliki optimist - istaknuo je Matko Žnidarić.

Prva veća isporuka Podravkinih proizvoda u Albaniju, prema rečenom na sastanku, bit će organizirana od kraja ove godine. **B. Fabijanec**



Vegeta na policama Tesca

Poslovna suradnja Podravke i trgovačkog lanca Tesco

Tesco utrostručio prodaju Vegete na engleskom tržištu

Prije godinu dana Podravka je s engleskim distributerom potpisala ugovor o plasmanu Vegete na englesko tržište, a koliko je težak put proboga na tom jako zahtjevnom tržištu najbolje poznaje Tibor Jerger, direktor Tržišta zapadne Europe II.

Potrebno je bilo puno znanja i upornosti kako bi se iz takozvanih malih etničkih trgovina došlo do velikih polica u velikim supermarketima u Engleskoj. Tim putem, kako nam objašnjava direktor Tibor Jerger, Vegeta je krenula od početnih količina koje su prije godinu dana krenule put Engleske utrostručena s tendencijom daljnjeg ubrzanog rasta. Kako bi i opstala na tom tržištu i u toj žestokoj konkurenciji Podravka razvija i čitav niz novih proizvoda čime će se još više približiti kupcima sa tih tržišta.



Tibor Jerger

Francuskoj ili Švedskoj. Vegeta je tako tim putem ušla i u centralno skladište Tesca za londonsku regiju iz kojeg se danas opskrbljuje preko dvjesto trgovina u samom Londonu i bližjoj okolini. Važno je napomenuti da je danas prodaja Podravkine Vegete na ovom tržištu od početnih količina koje su prije godinu dana krenule put Engleske utrostručena u milijunskim vrijednostima s tendencijom daljnjeg ubrzanog rasta. Kako bi i opstala na tom tržištu i u toj žestokoj konkurenciji Podravka razvija i čitav niz novih proizvoda čime će se još više približiti kupcima sa tih tržišta.

V. Indir

PODRAVKA NA BURZI

Na domaćem tržištu kapitala nastavlja se neizvjesnost

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

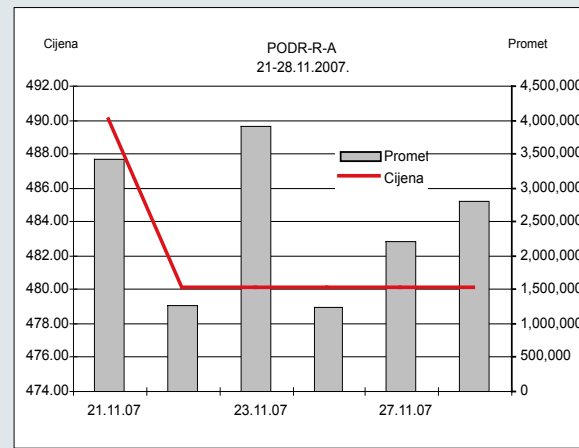
Brojni su ulagači, inspirirani višetjednom korekcijom, sa zebnjom dočekivali parlamentarne izbore, nestrpljivo priželjkujući ishod koji ne bi ostavio mjesta nikakvim nedoumicama, no dogodilo se upravo suprotno. Procedura formiranja nove Vlade još je uvijek, tjedan dana nakon izbora, daleko od završetka, pa se isto tako i na domaćem tržištu kapitala nastavlja neizvjesnost.

Doduše, početkom tjedna, neposredno nakon izbora, imali smo prilike svjedočiti svojevrsnom olakšanju koje je imalo za posljedicu očito zamjetan, ali očit i neodrživ rast cijena dionica. Što je potvrđeno već dan

kasnije, kada je većina izdanja ponovo utonula u negativan teritorij, nudeći tek reprizu već viđenog scenarija, s institucionalnim investitorima u sporednoj ulozi. Barem na to upućuje doista slabšan obujam trgovine, trend koji je kulminirao upravo sredinom ovoga tjedna, najslabijim rezultatom (u kategoriji redovnog prometa) u posljednja dva mjeseca.

A paralelno s klizanjem velikog broja izdanja, što se negativno odrazilo i na izvedbu CROBEX indeksa Zagrebačke burze, kontinuirano je padala i Podravka. Jer, nakon što je rast cijene dionica od početka godine sveden u jednoznačnu okvire, bacajući dioničare u očaj, uslijedio je novi šok. Naime, cijena se u jednom trenutku spustila sve do 440 kuna, što je uvjerljivo najslabiji rezultat u ovoj godini.

| Datum | Vrijednosnica | Cijena | Promet |
|------------|---------------|--------|--------------|
| 21.11.2007 | PODR-R-A | 490.00 | 3,423,616.81 |
| 22.11.2007 | PODR-R-A | 480.00 | 1,259,089.30 |
| 23.11.2007 | PODR-R-A | 480.00 | 3,898,573.45 |
| 26.11.2007 | PODR-R-A | 480.00 | 1,240,284.83 |
| 27.11.2007 | PODR-R-A | 480.00 | 2,199,192.45 |
| 28.11.2007 | PODR-R-A | 480.00 | 2,798,207.15 |



Blagdanska megačestitka na Podravkinoj poslovnoj zgradi

Blagdansku megačestitku dugačku 26 i široku 10 metara na pročelje Podravkine poslovne zgrade postavili su 28. studenoga djelatnici zagrebačke tvrtke Vult, inače iskusni alpinisti i pripadnici Gorskog službe spašavanja. Atraktivnom megačestitkom Podravka je čestita božićne i novogodišnje blagdane svim građanima Koprivnice i onima koji će u ovo predblagdansko vrijeme posjetiti naš grad. Dizajn čestitke koji je u prepoznatljivom vizualnom stilu Podravke izradila je koprivnička agencija Skin29 u suradnji s Korporativnim komunikacijama naše tvrtke. **B. F.**

Obilježavamo veliki jubilej - 45 godina lista Podravka

Od oglasne ploče i šapirografiranog biltena do modernog tjednika i kompjutora

28. studenoga 1962. godine Ignac Mihoković razmahao se na porti i iznenađenim radnicima nudio nešto novo - "Novine, novine!"

Pripremio: **Vjekoslav Indir**
Snimke: **Nikola Wolf** i **Berislav Godek**

U današnje vrijeme gotovo je nezamisliva gradnja statusa uglednog i atraktivnog poslodavca, a da se ne ostvaruje komunikacija sa zaposlenicima. Od velike je jednostavnosti da svi zaposlenici imaju potrebne informacije u prvom redu o svojoj kompaniji u kojoj rade kako bi ih kao sudionici svih poslovnih procesa mogli korisno upotrijebiti. Iz toga proizlazi zadatak svih sredstava internog komuniciranja a to je informirati djelatnike o važnim događajima u kompaniji i dati im cjelovitu sliku o njima. Jedan od ciljeva je i nastojanje da se osigura dvosmjerno komuniciranje Uprave i djelatnika. Bitno je i stvaranje i osnaživanje svijesti o pripadnosti Podravki te upoznavanje s internim promjenama i novim projektima. Dio te komunikacije sa zaposlenicima su i kompanijske novine Podravka.

A ovih dana navršava se 45 godina kako izlazi list Podravka i redovito informira Podravkaše o svim bitnim zbivanjima u kompaniji. Teško je u jednom članku napraviti cjeloviti osvrt na sve te godine, jer tu ima već dobrog materijala i za jednu pobjedu knjigu o informiranju u Podravki i zato smo odlučili da

u ovoj reportaži učinimo tek mali presjek kroz 45 godina informiranja u Podravki putem našeg lista.

Počnimo s riječima predsjednika Uprave Podravke Darka Marince koji je u povodu 40-godišnjeg jubileja lista Podravka, prije pet godina, a i danas je jednako aktualno, rekao: "Bez unutarnje komunikacije i zdravog protoka informacija ne postoji dobra tvrtka, ne može stvoriti svoju kulturu niti je moguć dobar angažman radnika. Podravkine novine najvredniji su dio komunikacije unutar tvrtke. Podravkine proizvodne marke imaju dobar imidž, a on se gradi godinama, među ostalim i u novinama."

Vrh komunikacijske sante leda

Tako naše novine iz godine u godinu redovno bilježe sve značajne događaje u kompaniji i području prehrambene industrije, najavljuju i tumače poslovne, organizacijske, tehnološke i tržišne promjene, prezentiraju poslovnu politiku korporacije, obrazuju i stvaraju osjećaj pripadnosti Podravki. Podravka danas u svrhu internog komuniciranja, koristi sve raspoložive komunikacijske kanale. Dakle iz toga proizlazi da je list Podravka samo vrh ledena sante u sustavu internog komuniciranja. Podravka danas ima cjeloviti

ti sustav kompanijskog komuniciranja koji podrazumijeva veoma razgranatu mrežu strateški osmišljenih i pomno planiranih marketinško - komunikacijskih aktivnosti usmjerenih prema različitim ciljanim skupinama u kompaniji, hrvatskoj javnosti i na kompanijskim izvoznim tržištima. Ta djelatnost organizacijski je smještena u sektoru Korporativne komunikacije. Zadaća je Korporativnim komunikacijama osigurati najbolju komunikaciju sa svim ciljanim skupinama (zaposlenicima, kupcima i poslovnim partnerima na različitim tržištima, medijima, investitorima, državnim organima i utjecajnim organizacijama te javnošću), podržati poslovnu strategiju i ciljeve kompanije kroz stvaranje pozitivnoga imidža Podravke.

U većini današnjih modernih kompanija elektronski su mediji vrlo brzo postali nezaobilazni način internog i vanjskog komuniciranja, zbog mogućnosti brže razmjene informacija. Tako i Podravka posjeduje vlastite internetske i intranetske stranice. Intranetske stranice služe za interno komuniciranje upravo stoga da bi se zaposlenicima približile sve relevantne informacije o životu i radu kompanije. U iznimnim slučajevima koji iziskuju i izravno obavještanje zaposlenika, koristi se korporativni

e-mail sustav putem kojeg zaposlenici dobivaju informacije i elektroničkom poštom. Korištenjem sustava internog komuniciranja putem elektronskih medija ubrzava se poslovni proces, smanjuju troškovi, pridonosi većem zadovoljstvu zaposlenika te ukupnoj transparentnosti cjelokupnih poslovnih procesa.

No vratimo se mi natrag u prošlost, u vrijeme nastanka i razvoja informiranja u Podravki i korporativnih glasila. Povijest korporativnih glasila u Hrvatskoj bilježi pojavu prvih korporativnih listova prije četrdeset godina, a do danas ih je ostao vrlo mali broj. Podravka je bila jedna od prvih kompanija u Hrvatskoj koja je utirala put prema objavljivanju vlastitih novina kako bi zaposlenicima osigurala što kvalitetnije informiranje i dvosmjernu komunikaciju.

Novine rastle s tvrtkom

O tim počecima informativnog glasila u Podravki urednik lista Podravka Branko Peroš napisao je 1987. godine:

"28. studenoga 1962. godine tada mladi Ignac Mihoković razmahao se na porti s prvim šapirografiranim "Informativnim biltenom Podravke" i iznenađenim radnicima nudio nešto novo - "Novine, novine!". Taj posao "kolportera" Mihoković je obavio dobrovoljno, ali je zato Stanko Lauš dobio zadatak da bude prvi urednik prvog "Podravkinog biltena", a on je taj zadatak obavio također dobrovoljno s velikim entuzijazmom i tako usao u povijest "Podravkinog informiranja" - bio je urednik prvog, ali samo tog prvog broja biltena. Zamjenjuje ga Mira Acinger, nju opet Radmila Brlečić da bi vrlo brzo muškarcu ponovno preuzeli stvar u svoje ruke. Pamtiti se razdoblje "vladavine" pravih novinarskih profesionalaca Jove Rojčevića i Ive Čičina Mašanskera, jer bilten prerasta u prave novine, najprije manje, a potom i današnjeg formata, od dva puta mjesečno novine počinju izlaziti tjedno."

Tako sve do današnjih dana, a nakon spomenutih urednika dolazi Željko Pazić, kojega 1984. godine zamjenjuje Branko Peroš i ostaje glavni i odgovorni urednik već pune 23 godine.

Prema sjećanjima prvog urednika Stanka Lauša, kod izlaska prvog broja 1962. godine najveći problem bio je tehničke



Zanimljiv je i zapis u povodu izlaska tisućitog broja lista Podravka što ga je napisao prvi urednik biltena Stanko Lauš:

"Rastao je broj zaposlenih, a značajno se popravila i kvalifikacijska struktura dolaskom novih stručnih kadrova. U takvim okolnostima bilo je nužno razviti i bolji način međusobnog obavještanja, razmjenu podataka i prijenosa iskustava. Povremene zidne novine a zatim i mjesečna pisma direktora nisu više zadovoljavala potrebe informiranja. Skupljena je amaterska "redakcija" po zadatku koja je skupila ili napisala članke, lektorirala ih, "odštampana" na šapirografu, složila po stranim a uložila u naslovnu "košuljicu, pa uz zaposlene u laboratoriju izvršila i distribuciju prvog "Informativnog biltena".

Prema sjećanjima prvog urednika Stanka Lauša, kod izlaska prvog broja 1962. godine najveći problem bio je tehničke

naravi. U Podravki u to vrijeme nije bilo stroja za umnožavanje stranica, pa se prvo štampanje stranica "Informativnog biltena" obavilo u prostorijama šumarice u Koprivnici. A jedino je naslovna s fotografijom ondašnje Podravke otisnuta u Koprivničkoj tiskarnici.

I tako je sve počelo. Kroz svoju prošlost list Podravka bio je okosnica razvoja funkcije informiranja u našoj kompaniji. Usporedo s listom razvijali su se i ostali oblici informiranja koji danas ravnopravno sudjeluju u stvaranju korporativnog informiranja i komuniciranja. Po red lista tu su se kroz bogatu informativnu povijest Podravke javljali povremeno i drugi listovi. U tom kontekstu specifičnu ulogu ima humoristično - satirički list "Feferon" koji je pokrenut 1964. godine. U nekim godinama izlazenja tiraža ovog lista dosizala je i po dvadesetak tisuća primjeraka. Od 1973. godine

pokrenuta je bila i "Zelena Podravka" koja je bila namijenjena nekadašnjim Podravkinim poljoprivrednim kooperantima. Od 1976. godine počeo je izlaziti i povremeni list "Poslovna Podravka", a informacije su bile namijenjene tadašnjem menadžmentu Podravke. Važno je napomenuti kako su od tih specijaliziranih listova najstarije "Informacije" koje su počele izlaziti 1968. godine, a bile su prilog lista Podravka posvećene radu tijela organa upravljanja iz tih vremena. Zatim je tu i "Mala Podravka" u kojoj su se objavljivali razni usvojeni pravilnici i akti Podravke.

Specijalizirana izvješća

Danas u Podravki usporedo s listom Podravka izlazi još i specijalizirani Company profile te se štampaju bogato opremljena i uređena izvješća poput Godišnjih financijskih te Izvješća o održivom razvoju

za koja Podravka i njezini autori primaju ne samo domaća već i međunarodna priznanja.

Danas naravno nema više problema sa šapirografom ni sa karticama, nema olova u tiskari, nema pisanih strojeva, jer sve je to zamijenio kompjutor. U tih 45 godina ostalo je 45 debelih knjiga - uvezenih svih godišta lista Podravka, čije listanje izaziva ne male emocije, jer tu se susreću brojna poznata i nepoznata lica, tu je zabilježeno bezbroj događaja i opisano polustoljetno stvaralaštvo generacija i generacija Podravkaša, tu su zabilježeni svi naši uspjesi, ali i problemi.

Ali najvažnije je da list Podravka ima vas - naše vjerne čitatelje, jer zahvaljujući vama list je opstao do današnjih dana i danas jedan je od rijetkih u hrvatskim tvrtkama gdje ima veoma važnu ulogu u informiranju i komuniciranju. ■



U 45 godina izlazenja tiskano je 1860 brojeva lista Podravka



Branko Peroš - glavni i odgovorni urednik lista od 1984. godine



Dosadašnji urednici lista Podravka: pok. Stanko Lauš, Radmila Brlečić, Jovo Rojčević, Ivo Čičin Mašansker, Željko Pazić i Branko Peroš (snimljeno 2002. godine)

Osvrt unatrag • Najznačajnije povijesne kronološke natuknice o listu Podravka



• 28. studenoga 1962. godine, 14 sati - na tadašnjem ulazu u Podravku odjekuje: "Vijesti, najnovije vijesti; Novine, najnovije novine" - prvi broj Informativnog biltena dijeli se radnicima - urednik inž. Stanko Lauš

• 15. prosinca 1962. godine - od 2. broja urednica Mira Acinger

• 1. siječnja 1963. godine - u 3. broju prva karikatura

• 1. ožujka 1963. godine - nema više šapirografa - list se tiska u Koprivničkoj tiskari

• 15. ožujka 1963. godine - u 8. broju prva fotografija

• 15. lipnja 1963. godine - od 14. broja urednica prof. Radmila Brlečić

• 15. veljače 1964. godine - od 30. broja urednik Jovo Rojčević

• 1. travnja 1964. godine -

u 33. broju prvi put humoristični prilog Feferon

• 1967. godine - najbolji hrvatski tvornički list

• 1969. godine - ponovno najbolji tvornički list

• 1. travnja 1969. godine - Feferon u velikom formatu kao prilog 153. broju

• 15. srpnja 1969. godine - od 160. broja urednik postaje Ivo Čičin Mašansker

• 30. prosinca 1969. godi-

ne - novi, veći, današnji format novina

• 1970. godine - posebna plaketa Udruženja listova i radiopostaja, općina i radnih organizacija Hrvatske

• 1. travnja 1973. godine - kao novinar dolazi prof. Dragutin Feletar

• 26. travnja 1973. godine - prvi broj "Zelene Podravke"

• 16. svibnja 1973. godine - prva "Mala Podravka"

• 1975. godine - list dobiva nagradu općine Koprivnica

• 1. lipnja 1975. godine - urednik lista je Željko Pazić

• 3. rujna 1975. godine - Podravka počinje izlaziti tjedno

• 1. veljače 1984. godine - za glavnog i odgovornog urednika imenovan Branko Peroš, koji taj posao obavlja i danas

• 1985. godine - listu dodi-

jeljena plaketa Privredne komore bjelovarske regije

• 10. kolovoza 1989. godine - izlazi tisućiti broj lista Podravka

• 4. srpnja 1991. godine - izlazi zadnji Feferon, ukupno: 96 brojeva

• 6. svibnja 1993. godine - izlazi 1184. broj kao prvi u cijelosti u boji

• 15. listopada 1998. godine - od 1442. broja pola u

boji, pola crno-bijelo

• 4. studenoga 1999. godine - cijeli list u boji od 1490. broja

• 3. studenoga 2000. godine - današnji izgled i sadržajna koncepcija od 1533 broja.

• 1. rujna 2006. godine mijenja se koncepcija lista od broja 1806 i to je današnji izgled lista Podravka

• 30. 11. 2007. izašao današnji 1861. broj lista



Znanje je **IN!**

e♥Learning

Jeste li spremni za novi izazov? Prilagodite program učenja svojem predznanju, učite kada to želite te gdje i kako vam najviše odgovara. Zvuči predbro? Isprobajte eLearning!

- ♥ Strani jezici
- ♥ Informatičke vještine
- ♥ Poslovna znanja

Iskoristite probni period eLearninga do kraja siječnja 2008. i isprobajte različite seminare!

Organizator:
Ljudski potencijali i pravo,
Odjel za edukacije i razvoj


www.podravka.com

E-learning pobudio velik interes

Vaše prijave za sudjelovanjem u probnom periodu e-learninga još uvijek su u tijeku. Pokazani interes u proteklih tjedan dana više je nego začuđujuće dobar! Prijave nam stižu svakoga dana. Zahvaljujemo se svima koji su se prijavili i pokazali inicijativu za korištenjem e-učenja kako bi unaprijedili svoje znanje i vještine na ovakav način. To nas veseli jer nam pokazuje da ste otvoreni i proaktivni te spremni koristiti različite puteve kako biste došli do potrebnog znanja.

Seminari će biti aktivirani kroz desetak dana, o čemu ćete biti na vrijeme obaviješteni na intranetskim stranicama Ljudskih potencijala, ali ćemo vas također i osobno kontaktirati kako bismo vam objasnili način korištenja e-learning seminara i odgovorili na sve vaše upite. Svima koji se prijave mrežno će se instalirati potrebne komponente za pokretanje ovakve vrste seminara. Prijaviti se možete bilo kad u ovom probnom periodu, no o vremenu vaše prijave ovisi kako dugo ćete seminare imati na raspolaganju budući da oni vrijede okvirno do kraja siječnja 2008. bez obzira kada se prijavite.

Snježana Šlabek
Ljudski potencijali

OBAVIJESTI

Susret s djecom poginulih branitelja

U srijedu, 5. prosinca, u Podravki će biti održan tradicionalni susret djece i obitelji poginulih branitelja Podravke. Susret organizira Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke u suradnji s Upravom Podravke.

Prodajne izložbe knjiga u Podravki

Prodajne izložbe knjiga izdavačke kuće Stanek održat će se u Podravki od 3. do 5. prosinca 2007. ispred restorana u Podravki-novj upravnoj zgradi, a od 6. do 7. prosinca u prostorijama Tvornice Vegete.

Sve izložene knjige moći će se kupiti na više rata ustegom od plaća.

Novi broj telefona diskonta (kioska) na Danici

Diskont mesne industrije na Danici (kiosk) odnedavno ima novi broj telefona: 647 - 065.

KINOPREDSTAVE

Kino Velebit u Koprivnici

29. 11. - 2. 12. **"RUŽNO PAČE I JA"**, američki animirani, sinkroniziran na hrvatski jezik - u 16 sati, a u nedjelju 2. 12. i u 11 sati (matineja)

29. 11. - 5. 12. **"ŠMINKERICE - BRATZ"**, američka komedija - u 18 sati

29. 11. - 5. 12. **"GAD"**, američki akcijski triler - u 20 sati

JELOVNIK

3. 12. ponedjeljak

4. 12. utorak

5. 12. srijeda

6. 12. četvrtak

7. 12. petak
- Varivo podravski grah, kuhana svinjetina, salata

- Pileći paprikaš, tjestenina, salata

- Pečena svinjetina, krpice sa zeljem, salata

- Juretina na lovacki,pijana riža, salata

- Pohani oslić, slani krumpir, salata

25 godina Tamburaškog orkestra KUD-a Podravka

Jubilej obilježen svečanim koncertom "Večer tambure"

Izuzetno zanimanje iskazali su ljubitelji glazbe na koncertu nazvanom "Večer tambure", priredbi održanoj prošlog petka u koprivničkom Domoljubu, a u sklopu obilježavanja 25. obljetnice djelovanja Tamburaškog orkestra KUD-a Podravka. Ovo je bila večer orkestra koji je za svoje amatersko djelovanje profesionalne vrijednosti primio i brojna priznanja na službenim tamburaškim natjecanjima, a u svečarskom ozračju odano je i priznanje voditelju orkestra Kreši Lukačiću koji ravna orkestrom od prvih početaka do danas. U cjelovečernjem programu slavjenički orkestar, naravno pod ravnanjem dirigenta Lukačića, izveo je niz kompozicija domaćih i stranih autora, a upečatljiv solo nastup imala je i sopranistica Jelena Martincević

Na svečarskom koncertu zapraženo su gostovali i svirači Tamburaškog zbora "Gaj" iz Zaprešića, članice Ženskog tamburaškog sastava te Tamburaški sastav "Kandelaberi" s prepoznatljivom glazbom.

Na kraju koncerta bilo je također svečano - uslijedilo je



Tamburaški orkestar KUD-a Podravka pod ravnanjem Krešimira Lukačića te sopranistica Jelena Martincević oduševili su koprivničku publiku i na svečarskom koncertu u Domoljubu (snimio N. Wolf)

uručivanje nagrada. Prvo je poznati glazbenik Julije Njikoš predao Zlatnu plaketu "Tambura Paje Kolarića" Podravkinom Tamburaškom orkestru, a primio je Krešo Lukačić, dok je priznanje Hrvatskog tamburaškog saveza za 25. obljetnicu primila predsjednica Tamburaškog orkestra Ivana Eđišar. Njikoš je tom prilikom rekao da je ovo pridonje, osvojeno na Festivalu

tamburaške glazbe ove godine u Osijeku, izboreno u konkurenciji 1420 izvođača iz Hrvatske, Slovenije i Austrije, te da su Podravkinci tamburaši, zahvaljujući ponajviše njihovom dirigentu, nositelji mnogih aktivnosti u svojoj sredini i daleko šire, a u nastupima gaje ozbiljan pristup, muzikalnu i tehničku izvedbu i pravi su koprivnički i hrvatski ambasadori. Nadalje, prof. Mirko Kova-

čević uručio je diplomu Hrvatskog sabora kulture Tamburaškom orkestru, koju je primila predsjednica Kulturno - umjetničkog društva Jadranka Ivančević, dok su članovima koji su od samog osnutka u orkestru, Kreši Lukačiću, Vladimiru Vinteru i Mirku Pintariću, uručene diplome za aktivan rad i doprinos za svih tih godina u Tamburaškom orkestru KUD-a Podravka. **S. Petrić**

U Zadru održana humanitarna likovna kolonija za razminiranje Hrvatske

Sudjelovali i Podravkini slikari

Još jednu hvale vrijednu akciju pod nazivom "Uzmi kist, teren je čist" podržali su likovni umjetnici iz cijele Hrvatske, a posebno treba spomenuti slikare koji pripadaju Likovnoj sekciji Podravke.

Naime, predloga vikenda održana je trodnevna likovna

kolonija u staroj gradskoj jezgri grada Zadra u svrhu prikupljanja sredstava za razminiranje terena koji je još uvijek pod minama, a oskudna i nedostatna sredstva to onemogućavaju.

Kolonija je bila organizirana na nivou Hrvatske, a pri-

stupilo joj je stotinjak slikara, što akademskih što neakademskih.

Akcija je bila provedena na inicijativu i u organizaciji Art centra Zadar, Artinag Zagreb, i P@GOT iz Koprivnice. Sva nastala prikupljena djela pridonat će se na aukciji u Za-

dru 18. prosinca, čija sredstva će se koristiti za razminiranje.

Ovoj akciji od Podravkinih slikara svoj doprinos dali su: Darko Vrtatić, Branko Matina, Barbara Perkač, Melinda Sokabaj, Branka Šinko i Nada Dom-
N. Z. L.

LIJEČNIK ZA VAS



Piše: **dr. Ivo Belan**

U svijetu, ali i kod nas, povremeno kruže priče o čudotvornim tabletama za mršavljenje. Te priče su jasne i primamljive. Nema više raznih ograničavanja obroka! Može se baciti lista dnevno unesenih kalorija! Tablete će brojiti kalorije za vas.

Zanimljivo, vijesti o takvom lakom i dobrom rješenju šire se nevjerojatno brzo. Slijedom toga, biznis s takvim tabletama cvjeta i "klinike za mršavljenje" prosperiraju. Nažalost, neke od njih iskorištavaju i one

Prijeti li opasnost od tableta za brzo mršavljenje?

ljude koji su u stvarnom medicinskom problemu, pa im nude snažne i ponekad opasne farmaceutске preparate. Osoblje klasične "klinike za mršavljenje" ne ulazi u velike razgovore s pacijentima. Najvažnije je da obećaju da će pacijent u prvom mjesecu izgubiti 7 do 15 kilograma i 5 do 7 kilograma u sljedećim mjesecima. Najviše što čovjek može očekivati je da mu izmjere krvni tlak, puls i na kratko poslušaju srce. Nakon što zapitaju pacijenta kakve su mu navike hranjenja, dadu mu kutiju s tabletama i instrukcijama kako ih uzimati. Medutim, vrlo rado će prešutjeti moguće nuspojave kod primjene takvih tableta, kao što je primjerice nesanicita itd. Tako se, na primjer, nekada davao preparat koji je sadržavao kemijsku supstancu amfetamin, ali kad se uočilo da izaziva ozbiljne nuspojave na srcu, s njegovom upotrebom se prestalo i preprarat je povučen. Prema tome,

isplati li se riskirati svoje mentalno i fizičko zdravlje? Jer, uzimanje neprovjerenih proizvoda, dobivenih od nestručnih osoba, koje vam obećavaju brz gubitak prekomjerne tjelesne težine, može rezultirati ozbiljnim simptomima, kao što je ubrzani rad srca, visoki krvni tlak, nervoza, razdražljivost, nervna napetost i halucinacije. Neki od takvih preparata, ako su uzeti u velikim dnevnim dozama, mogu izazvati psihozu koja sliči šizofreniji. Neki pacijenti vrlo brzo postanu i ovisni o takvim lijekovima.

Razumljivo, i danas postoje proizvodi koji pomažu u procesu mršavljenja i koji potiskuju apetit, ali nemjerljiva je razlika kad takve lijekove proizvodi respektabilna farmaceutska kompanija i kad ih propisuju pravi, etični i odgovorni liječnici. Ti liječnici ne propisuju takvu terapiju za neograničen vremenski period. Osim toga, oni pružaju pacijentima

i druge detaljne upute o pravilnoj prehrani i zdravom stilu života.

Naša tvornica lijekova Belupo proizvodi Go Slim, prirodni preparat koji je djelotvoran u smanjenju, odnosno održavanju tjelesne težine. Primjenom Go Slim tableta postiže se smanjenje apsorpcije masti iz probavnog sustava te pad tjelesne težine. Istovremeno, smanjuje i "loš", a povećava "dobar" kolesterol u krvi. Sam preparat se ne resorbira u tijelu, nego se, nakon što se veže na masti iz hrane u želucu, prirodno stolicom izlučuje iz organizma.

Međutim, ako nekritički povjerujete obećanjima onih drugih "doktora" koji nude i prodaju nekačve "čudotvorne" pilule koje garantiraju vitku liniju za kratko vrijeme, izlažete se riziku da završite u bolnici. Oni koji obećavaju "brzu vitkost" obično su više zainteresirani za brzu zaradu nego za dobrobit pacijenta. ■

SPORT

Prva hrvatska nogometna liga - 17. kolo

Minimalnom pobjedom do trećeg mjesta

SLAVEN BELUPO - RIJEKA 1:0

Derbi 17. kola hrvatskog prvenstva na koprivničkom Gradskom stadionu između Slaven Belupa i Rijeke pratio je oko 2.500 domaćih gledatelja te malobrojna skupina riječke Armade. Zanimljiva je bila i loža. Naime, utakmicu su pratili skauti i izaslanici Celta, Salzburga, Spartaka iz Moskve, Münchena 1860, Mouscrona, Černomorca i Grenoblea. Domaći strateg Krunoslav Jurčić imao je brojne probleme oko sastavljanja momčadi pa se tako u prvoj jedanaestorici našao Radiček te mladi Jajalo i Delić, dok je Posavec ostao na klupi. Rijeke se pak predstavila u obrambenoj formaciji, s jednim napadačem.

Već od početka se vidjelo da će utakmica biti teška, rovska bitka, a sigurno da je i ras- kvašen teren učinio svoje. I jedna i druga ekipa najčešće su dugim loptom pokušavali uposliti svoje napadače i to je često puta obostrano bilo neuspješno. K-

laskve - takve prigode predstavljaju -

dom. Imali smo puno poteškoća u sastavljanju ekipe za ovu utakmicu. Na klupi sam imao igrače koji su bili spremni za 10-15 minuta, tako sam ih i stavio u igru. Nedostajalo nam je nekoliko igrača koji daju kvalitetu našoj igri, no odigrali smo jedno od boljih poluvremena u prvenstvu. Moramo još napredovati u nekim segmentima, ali nakon ove pobjede mirno čekamo preostale utakmice do kraja sezone - rekao je nakon utakmice Krunoslav Jurčić.

A ove subote pred TV kame-



rama u 20,05 sati ponovo derbi - na Poljudu se sastaju Hajduk i Slaven Belupo. Splićani su ozbiljno uzdrmani, a Slavenaši neće imati problema s igračkim kadrom, nema požuhtelih te će istrčati u najjačem sastavu. Naravno, optimizam je u koprivničkim redovima i očekuju se dobre vijesti s Poljuda.

Protiv Rijeke za Slaven Belupo su igrali: Iveša, Radiček (od 69. Jurčić, Radeljić, Kristić, Šikić, Sopić, Poljak, Bošnjak (od 87. Šomoci), Jajalo, Delić (od 83. Kresinger), Šehić. **B. Fabijanec**

Na Gradskom stadionu u Koprivnici

Spomen ploča navijačima poginulima u Domovinskom ratu

Na ulazu u Gradski stadion u utorak je, na inicijativu Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke, svečano otvorena spomen-ploča u čast i slavu svim poginulim navijačima NK Slaven Belupo tijekom hrvatskog Domovinskog rata. Ploču je otkrio predsjednik kluba Stanislav Biondić, i sam sudionik Domovinskog rata, koji je među ostalim podsjetio na najteže i najsvidjetije dane naše povijesti te na iznimno veliki doprinos Koprivničana u borbi za slobodu. Velikom broju nazočnih obratili su se i direktor kluba Robert Markulin



i predsjednik UBIUDR-a Mladen Pavković, koji je naglasio: - Naša je želja da se ne zaboravi Domovinski rat, a poglavito žrtve koje su pale za domovinu. Među poginulima sigurno ima i navijača ne samo Slaven Belupa već i drugih klubova. Također se moramo podsjetiti i na Sportsku četu koja je u vrijeme rata bila aktivna i u Koprivnici.

Otkrivanju spomen-ploče, uz branitelje, bili su nazočni i nogometaši Slaven Belupa predvođeni trenerom Krunoslavom Jurčićem, predstavnicigrada i županije, te ljubitelji ovog najpopularnijeg sporta.

Razgovor s Josipom Omrčenom Čekom, pomoćnim trenerom Slaven Belupa

Lijepo je vidjeti da je danas Slaven bolji i od "mojeg" Hajduka

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

Josip Omrčen Čeko, školski igrači s golgeterskim "manirima", nogometaš koji se nadavao golova, ali, kaže, malo onih koji se pamte, i kojeg su više cijenili treneri nego publika, dolaskom Krunoslava Jurčića za vodu Slavenovih nogometaša sjeo je na klupu do bivšeg suigrača a sada trenera. Omrčen Čeko počeo je igrati nogomet u sinjskom Junaku sa 16 godina, nastavio u zaprešićkom "divu iz predgrada" da bi 1993. godine obukao Slavenov dres, a Slaven je tih godina okrunio svoje ambicije ulaskom u prvoligaško društvo. Slijedi odlazak golgetera "plavih" u kine-trasku pečalbu. Iz kluba Chen du Josip odlazi u francuski Pau da



bi se na kraju vratio u Koprivnicu i pristupio istoimenom hrvatskom ligašu. Igranjem iz paja-daških pobuda u drnjanskom Tomislavu i ivanečkoj Slogi Čeko je zaključio dva desetljeća igranja u seniorskoj konkurenciji. Nakon igranja i sa završenom Akademijom HNS-a po-

svetio se trenerskom pozivu u koprivničkoj školi nogometa iz koje ga Jurčić uzima za svog pomoćnika.

- S Jurčićem sam zajedno igrao u Interu, a nakon dolaska u Slaven odabrao me za suradnika. Do sada je to izvanredna suradnja. Za treninga zadužen sam za uvodni dio i situacijske vježbe, a u pripremanju za utakmice dogovaranje nam je najčešći način za odlučivanje. Imamo obostrano povjerenje, a to se pozitivno odražava i na ekipu. U trenerskom poslu sada sam treću godinu i vjerujem da je danas lijepo vidjeti da je Slaven na trećem mjestu s mogućnošću da bude i bolji. Bolji smo i od "mojeg" Hajduka za kojeg sam kao rođeni Sinjanin od malih nogu navijao. Prate nas i problemi, a jedan

je da imamo premali fond igrača, klupa nam je "tanka", a pratile su nas i ozljede. U prijelaznom roku želja nam je da se pojačamo s dva kvalitetna igrača pa će tada i ponovni ulazak u Europu, u kojoj smo već ostavili pozitivnog traga, biti izgledniji. Iako Podravina ne obiluje vrhunskim nogometnim talentima, po dobrim nogometašima nadmašuje druge sredine. Nogometna škola u kojoj sam do jučer bio pokazuje sve vidljive rezultate zahvaljujući i sve boljim uvjetima za treniranje. A u mlađim kategorijama trenerima je i ljepše raditi jer nije sve podređeno rezultatu kao u profesionalnim sastavima - kaže pomoćnik trenera Krunoslava Jurčića s kojim zajedno traži Slavenove staze do novih europskih puteva. ■

Nagrada za ostvarenje godine - svjetsko priznanje Blanki Vlašić

Na skupu Međunarodne atletske federacije (IAAF) u Monte Carlu jedno od najznačajnijih godišnjih priznanja primila je svjetska prvakinja u skoku uvis Blanka Vlašić. Promotorica Podravkine vođe Studena primila je nagradu za svjetsko atletsko ostvarenje godine. Tako su čelnici svjetske atletske federacije ocijenili Blankino osvajanje prvog mjesta sa preskočenih 207 centimetara na Svjetskom prvenstvu u Osaki. Blanka, osim što je svjetska prvakinja u skoku uvis, ove je godine imala sjajan niz od 18 pobjeda u 19 jakih natjecanja i stoga se očekivalo da Blanka bude izabrana za najbolju svjetsku atletičarku za ovu godinu, no to se ipak nije dogodilo. **S. P.**

Kuglanje - Liga prvakinja, 1. kolo

Podravkina "petarda" Slovenkama

Podravka - Eta (Kamnik) 8:0 (20:4) 3500:3126

Koprivničke staze još jednom su bile fatalne za još jednu slovensku ekipu, koja je nakon Miroteksa i Bresta, doživjela tešku "havariju" i potonule sa 8:0. Gošće nisu ekipa koja bi bila iole ozbiljan protivnik kuglačicama Podravke, koje su, kao i uvijek, odigrale ozbiljno i motivirano. Rezultat takvog pristupa je ovako visoka pobjeda od 8:0 i razlika od 374 čunja. Slovenke su imale čak dva rezultata ispod 500 čunjeva, dok je više od 600 imala samo Željka Orehovec. Nakon sjajnih rezultata na bjelovarskim stazama Željka je pokazala da je teško zaboraviti koprivničke "stare" staze. Odigrala je dva sjajna seta (177+179) i sa 644 čunja bila najbolja igračica utakmice. Možda je ovo bio posljednji nastup Podravke na ovakvim stazama, na kojima su padali velikani svjetskog kuglanja kao što su slovenski Miroteks i rumunjski Electromures.

Prvi put se u gledalištu našao novi predsjednik Kuglačkog kluba Zdravko Dimić, koji je uživao u nadmoćnoj igri svojih kuglačica. Uzvrat u Kamniku za dva tjedna bit će samo ugodan izlet, jer prednost Podravke je nedostižna.

Rezultati: Vučić - Jakša 1:0 (3:1) 542:488, Zorec - Šoštar 1:0 (3:1) 559:523, Lukač - Lužar 1:0 (3,5:0,5) 594:541, Picer - Habat 1:0 (4:0) 596:537, Orehovec - Rozina 1:0 (3:1) 644:538, Vuka - Hren 1:0 (3,5:0,5) 565:499

Prva hrvatska liga kuglača - 10. kolo

Odličan otpor Podravkaša

Kandidat-Premijer - Podravka 6:2 (12:12) 3415:3381

Kuglači Podravke nisu u Bjelovar otputovali s bijelom zastavom. Velikom favoritu pružili su solidan otpor i osvojili dva pona. U prvoj seriji bilo je 2:0 za domaće, ali uz dvaput po 2:2 u setovima. U drugoj seriji Vučić gubi za 28 "drva", a sjajni Zlatko Ružman s odličnih 613 čunjeva postaje prvo ime utakmice, jedini je kuglač dvoboja koji je "preskočio" 600 čunjeva. U završnici Miklošić je za pet čunjeva bolji od Leke i to je drugi put za Podravku. I omjer u setovima od 12:12 pokazuje izjednačenost, ali su domaći ipak stvorili ukupnu razliku od 34 čunja. U subotu Podravkaši u Bjelovaru igraju s Grmoščicom iz Zagreba, koja je prije sedam dana u Bjelovaru, u sjajnoj utakmici, pobijedila domaći Bjelovar 5:3.

Rezultati: Šipalo - Štefocić 1:0 (2:2) 571:555, Liović - Pigac 1:0 (2:2) 585:533, Domnjak - Ružman 0:1 (0:4) 544:613, Pušić - Vučić 1:0 (3:1) 599:571, Leko - Miklošić 0:1 (2:2) 543:549, Barišić+Tomasić - Bethlehem 1:0 (3:1) 440+133:560. **Z. Šemper**

Druga liga stolnotenisača - istok

Slavonci u Koprivnici upisali dvije pobjede

PODRAVKA - VODOVOĐ 2:4,

PODRAVKA - LOKOMOTIVA 1:4

U četvrtom kolu drugoligaškog natjecanja stolnotenisača u istočnoj skupini Slavonci su u Podravini zabilježili dvostruki uspjeh. Od stolnotenisača Podravke bolji su bili osječki Vodovod i vinkovačka Lokomotiva pobijedivši uvjerljivo u subotnjim mečevima. S Vodovodom još je bilo i izgledno da Podravka može dobiti bodove, ali su mladi igrači Daniel Jurašić i Sanjin Kovačević odigrali bojažljivo, ne koristeći nimalo prednost domaćeg terena, dok su s druge strane osječki golobranci nadvisili su favorizirane Podravkaše. Slično je bilo i u podopodnom susretu s Lokomotivom kad su ambicije Koprivničana smrili prekaljeni Vinkovčani. Sada se stolnotenisači Podravke moraju "vaditi" u susretima 8. prosinca u Šenkovcima i Mihovljanu. I to baš protiv medimur-skih momčadi koje uz Podravku računaju na osvajanje prvog mjesta i plasman u Prvu ligu. **S. P.**



Dolcela - praznična kampanja

Ljepši Božić uz Dolcelu

Već tradicionalno uoči božićnih i novogodišnjih praznika Dolcela je pripremila prigodne akcije prodaje praškastih slastica i tekućih biljnih šlagova 5+ u kojima će za svaku kupnju kupce nagrađivati praktičnim poklonom. Na taj način u razdoblju pojačane potrošnje proizvoda za pripremu slastica nagrađivat će vjerne potrošače lijepo dizajniranim i korisnim predmetima za kućanstvo. Potrošači će moći birati nagrade između krpa, pregača, nadstolnjaka, tacna za kolače s poklopcem, staklenih tanjura i lopatica za kolače, ovisno o vrijednosti kupljenih proizvoda, a svaki će kupac dobiti i svečanu vrećicu Dolcela.

Akcijske prodaje održavat će se od 29. 11. do 29. 12. 2007. na 120 najfrekventnijih prodajnih mjesta u cijeloj Hrvatskoj. Istovremeno provodit će se i medijska kampanja, a čitateljice ženskih časopisa moći će u njima pronaći i korisne recepte za pripremu maštovitih Dolcela slastica.



Prigodne nagrade za vjerne potrošače u akcijskoj prodaji proizvoda Dolcela

Čokolino višebojac u vatrenoj umaškoj atmosferi



Posebno je zapažena bila skupina učenika obučena u bijele i crvene majice na kojima je po jedno slovo tvorilo natpis Čokolino višebojac

Čokolino višebojac održan u OŠ Marija i Lina u Umagu 22. studenoga bit će zapamćen po izuzetnoj navijačkoj atmosferi. Puna dva sata uz poticaj odličnih voditelja Roberta Anića i Zlatka Škrinjara učenici

su bez prestanka navijali, pjevali, skandirali - Podravka, Čokolino, Umag, Hrvatska, Istra.... Po ocjeni stalne ekipe iz Sportskih novosti i Podravke koja koordinira projekt bila je to najbolja navijačka atmosfera u ovogodišnjoj se-

zoni Čokolino višebojca. Impresionirala je i posebnog gosta tenisača Marina Čilića koji je ustvrdio da tako nešto još nije doživio. U takvom okruženju natjecateljima kao da su porasla krila, borili su se zdušno za svaki bod, a Zvonimir Boban, legendarni kapetan vatrene, kao istinski pedagog podučio je mlade višebojce da se moraju boriti fer. I naravno, svi su uživali u natjecanju, prilici za druženje. Odviše tužna nije bila ni Valentina Boroša koja je u "pripetavanju" u pucanju penala izgubila od Azre Softić, konačne pobjednice umaškog natjecanja u konkurenciji djevojčica, dok će od dječaka Danijel Đukić predstavljati svoju školu na završnom natjecanju. S njima će putovati i Dominik Otočan koji je u svom radu na temu "Svijet po tvom" poželio da nema više gladi u svijetu. J. L.

Akcija Studenca i Plodina

U petak 30. studenoga započela je promotivna akcija s kupcem Plodine koja će trajati do 31. prosinca ove godine 2007.



Za kupnju six pack pakiranja Studenca od 1,5 l dobije se gratis Studenac od 0,25 l u cafe baru Plodine.

Akcija će se odvijati na svim prodajnim mjestima lanca Plodine u sklopu kojih je i cafe bar Plodine - u Koprivnici, Slavonskom Brodu, Sisku, Hiper Plodinama Kostrena, Umagu i Šibeniku

Cilj ove akcije je povećanje prodaje Studenca u six pack pakiranju na prodajnim mjestima trgovina Plodine.

Nogomet i poslovni odnosi

Podravkina čestitka Rusima

Svi smo se jako radovali i bili ponosni na naše nogometaše koji su veličanstvenom pobjedom nad nogometnom reprezentacijom Engleske završili kvalifikacije za europsko nogometno prvenstvo na prvom mjestu u grupi. Pobjedom nad engleskom reprezentacijom naši su "vatreni" sa sobom na Europsko prvenstvo "poveli" i odabranu nogometnu vrstu Rusije. Ruski narod bio oduševljen što se time i njihova reprezentacija plasirala na prvenstvo Europe. Ruski distributeri su odmah zvali naše ruske Podravkaše te im se zahvaljivali. Među mnogima je bio i naš distributer iz Ekaterinburga - kako nam je ispričao Podravkin direktor tržišta u Rusiji Kristijan Sabo - koji ga je nazvao u pet sati u jutro i zahvaljivao mu na pobjedi.

Ovime je stvorena pozitivna atmosfera oko Hrvatske što trebamo u narednom periodu pokušati iskoristiti, no mjesta euforiji nema! Sada odmjereno i uporno krećemo u još jače lobiranje Podravkinih interesa kroz formalne i neformalne kanale, a već je sada dogovorena nogometna utakmica između Hrvata u Moskvi i administracije grada Moskve gdje će igrati i moskovski gradonačelnik Yuri Lushkov - kaže Sabo.

Na kraju nam je dodao kako je veliki broj Rusa gledao prijenos utakmice iz Engleske, a ne Rusije s Andorom.

Podravka je i medijski iskoristila ovaj povoljni nogometni trenutak te su naši predstavnici u Rusiji dali nekoliko intervjua u ruskim novinama, a objavila je i oglas u najtiražnijim ruskim tjednicima Komsomolska Pravda i Moskovski Komsomolac, te dnevnim novinama Metro.

Tekst iz oglasa u slobodnom prijevodu glasi: "Od svega srca čestitamo na plasmanu vaše reprezentacije na prvenstvo Europe 2008. godine! Podravka - garancija hrvatske kvalitete!"

V. Indir



RECEPT TJEDNA

Kesten kolač

Sastojci:

Za tijesto:
200 g namjenskog brašna za prhka tijesta Podravka
1 žličica praška za pecivo Dolcela, 100 g maslaca
75 g šećera u prahu, 1 jaje

Za nadjev:

150 g maslaca
150 g šećera u prahu
2 vrećice vanilin šećera Dolcela
pola žličice cimeta, 2 jaja
400 g kesten pirea
2 bjelanjka
amaretto

Priprema:

Odvojite bjelanjak od žumanjka. Brašno pomiješajte s praškom za pecivo, dodajte maslac, šećer, žumanjak i umije-



site prhko tijesto. Pripremljeno tijesto ostavite 60 minuta u hladnjaku. Za nadjev omeškani maslac pomiješajte sa šećerom, vanilin šećerom i cimetom. Odvojite bjelanjke od žumanjaka. Žumanjke i kesten pire umiješajte u pripremljeno maslac. Na kraju umiješajte snijeg od svih 5 bjelanjaka. Tijesto tanko razvaljajte i oblikujte u okrugli kalup tako da prekrije dno i 3 cm ruba kalupa. Pecite 10 minuta na 200°C. Rasporedite smjesu od kesten na po tijestu i pecite još 50 minuta. Pečeni kolač pokapajte likerom.

Posluživanje:

Poslužite posipano šećerom u prahu.

Savjet:

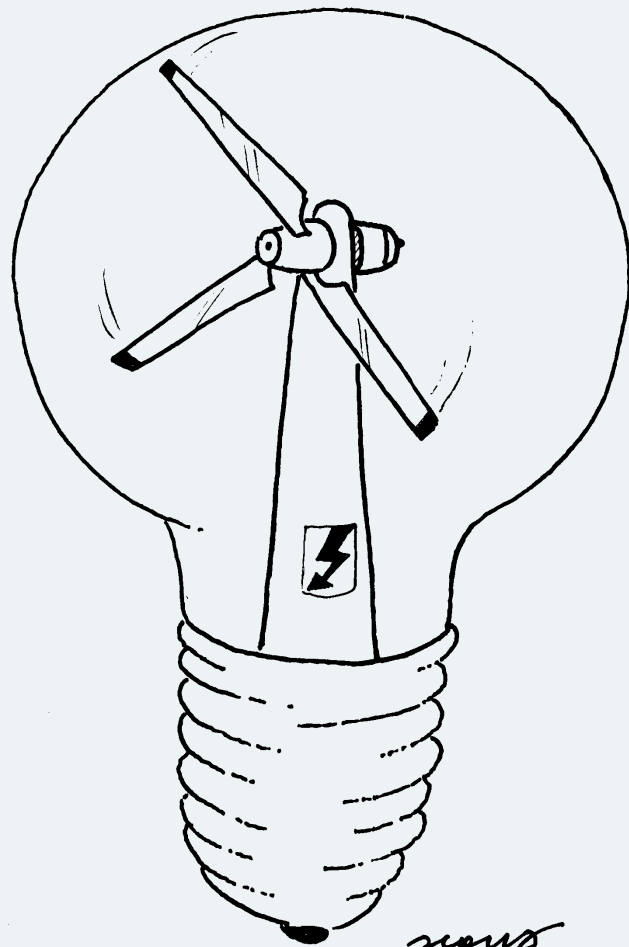
Ako koristite kestene, onda vam treba 750 g kesten. Kestene zarezite, pecite u zagrijanoj pećnici na 200°C oko 10 minuta. Ogulite ih i stavite kuhati oko 30 minuta. Ohladite ih i propasirajte. Tako ćete dobiti kesten pire.

Vrijeme pripreme: 1 sat i 30 minuta

coolinarika.com
HIVNA, ZABAVA, DRUŽENJE - UVJEK SA SRCEM



KARIKATURA



Crta: Ivan Haramija - Hans

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

PODRAVKA, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica

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