

Kolegij Podravkine Prodaje Hrvatska:

Zadovoljni
obavljenim
poslom u
prvom
kvartalu



Str. 3

Predstavljamo najpoznatije Podravkine brandove



Str. 4 - 5



ISSN - 1330-5204

Godina XLVII • Broj 1876 • Petak, 28. ožujka 2008.



PODRAVKA

LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA

Zabilježeno u Tvornici Studenac

U Lipiku počela proizvodnja rebrandirane Studene

Proizvodnjom Studene na novoj opremi i na novim strojevima - te rebrandiranoj i u novoj ambalaži - počinje nova era prve hrvatske izvorske vode. Investicijski zahvati bili su teški 15,5 milijuna kuna

Piše: Vjekoslav Indir
Snimio: Nikola Wolf

Marljivi strojari i električari pogonskog održavanja kao i operateri Tvornice Studenac u Lipiku privode kraju ovogodišnju vrijednu investiciju u ovoj Podravkinoj tvornici. Uz majstore iz vlastitog održavanja u tom poslu pomoć im pružaju i stručnjaci dobavljača strojeva njemačke firme "Krones". Planirano je bilo da početkom ovog mjeseca treba započeti proizvodnja izvorske vode Studene u novoj ambalaži i u novom rebrandiranom izdanju što je uz nekoliko dana zakašnjenja i ostvareno. Za taj posao, koji je uključivao nekoliko investicijskih zahvata u samoj Tvornici Studenac u Lipiku, osigurano je 15,5 milijuna kuna. U tvornici je ovih dana instalirano nekoliko novih strojeva kojima će se na novouređenoj liniji u satu moći proizvesti 14.000 boca ovog i drugih Podravkinih napitaka.



Kao što je opće poznato, Studena je čista izvorska voda koju obilježava kristalna lakoća okusa, a zahvaljujući vrlo maloj količini natrija (Na+) preporuča se za korištenje svima pa

i maloj djeci. Studenu piju ljudi koji imaju razvijenu svijest o zdravom načinu života, jer ona savršeno osvježava i održava naš organizam vitalnim, te nam kod napora brzo vraća energiju.

Zaokret branda Studena

Upravo ta Studena, prva hrvatska izvorska voda, ovih će dana - uz to što će se proizvesti na novopremišljenoj i usavršenoj proizvodnoj liniji - doživjeti i veliko vizualno osvježanje. Prve bočice nove rebrandirane Studene sišle su s linije Tvornice Studenac u Lipiku i ovih dana će se pojaviti i na policama prodavaonica širom Hrvatske.

Promjene obuhvaćaju zaokret u vrijednostima branda Studena, promjene logotipa i vizualnog identiteta cijelog asortimana pod markom Stu-

dena. Na tržište se uvodi nova boca PET asortimana (0,5 l i 1,5 l), redizajna etiketa HoReCa i HOD pakiranja, a bit će i dosta zanimljivih novosti koje za sada nećemo otkrivati. Ovim počinje era nove Studene, kako mi volimo reći - nove generacije izvorske vode - koja će, vjerujemo, imati iznimne uspjehe ne samo na hrvatskom tržištu već i na tržištima zemalja regije. Time ćemo pokazati da i dalje ostajemo trendsetter u segmentu izvorskih voda i da prva hrvatska izvorska voda, Studena, spremno odgovara na promjene na tržištu i ispunjava očekivanja sve zahtjevnijih potrošača - rekao nam je Hrvoje Puhalo, category manager iz Podravkinog tima za kategoriju bezalkoholnih napitaka.

Ovih dana posjetili smo i Tvornicu Studenac u Lipiku

i uvjerali se u veliku živost na početku proizvodnje rebrandirane Studene na novoj opremi, budući da se na samom početku proizvodnje u novoj ambalaži tu još uvijek nalaze majstori iz tvorničkog održavanja koji obavljaju posljednja fina podešavanja strojeva kako bi oni mogli raditi punim kapacitetom što je i te kako bitno pred nadolazeću sezonu od koje se puno očekuje.

Novim strojevima u tri smjene

O novoj opremi i investicijskim zahvatima upoznala nas je direktorica Tvornice Studenac Vesna Tomac:

- Nabavljena je nova etiketirka za polipropilenske etikete koja se uklopila u liniju koja je nabavljena 2002. godine i time ćemo znatno olakšati sam proces punjenja, a samim time i ostvariti puni kapacitet linije



punjenja boca. Tako ćemo uz novu etiketu imati i novu bocu kod Studene, a na ostalim proizvodima mineralne vode i ledenih čajeva ove tvornice imat ćemo također nove etikete na postojećim bocama. Istina, nešto smo u zakašnjenju u odnosu na planirani početak proizvodnje, a razlog leži u zakašnjenju potrebne opreme od dobavljača. No, krenuli smo s radom u tri smjene i u predstojećem razdoblju nadoknadit ćemo izgubljeno vrijeme i osigurati dovoljne količine proizvoda za predstojeću sezonu. Uz novu etiketirku trenutno se montira i nova sortirka za zatvarače, što će nam osigurati aplikaciju novih sport zatvarača - upoznala nas je Vesna Tomac koja nimalo ne krije zadovoljstvo ovim investicijama i mogućnostima kojima će ova proizvodnja raspolagati. ■



NAŠA POSLA**Lokalne marke postaju sve profitabilnije**

Temeljna je teza dr. Tihomira Vraneševića da lokalne marke emotivno djeluju na potencijalne kupce, što je u marketingu i najvažniji cilj

Piše: **Željko Krušelj**

Neosporno je da su mnogi ekonomski analitičari smatrali kako će globalizacija trgovine značiti i potpunu prevagu globalnih marki (brandova) najrazličitijih proizvoda. Kao posljedica toga trenda trebala je postupno "izumirati" većina lokalnih marki, jer se po obimu tržišta i količinama proizvedene robe ne mogu marketinški i prodajno nositi s kompanijama koje imaju globalne marke. To se, srećom, nije dogodilo, jer bi se gospodarstva manjih zemalja, među njima i Hrvatske, našla u iznimno teškim problemima. Preneseno na slučaj Podravke, takav bi globalistički scenarij mogao ići u korist Vegete, doduše s još većim marketinškim ulaganjima, ali to bi se loše odrazilo na niz njenih marki koje su prisutne samo na domaćem ili užem regionalnom tržištu.

Zašto su lokalne marke ipak opstale, ovih je dana u tisku, uoči travnjaške konferencije u Zagrebu na tu intrigantnu temu, objašnjavao dr. Tihomir Vranešević. Riječ je o profesor marketinga na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, kojeg znaju i mnogi Podravkaši, budući da je bio stalni predavač i na POMAK-u. Njegova je temeljna teza da lokalne marke emotivno djeluju na potencijalne kupce, što je u marketingu i najvažniji cilj. One, kaže, pobuđuju sjećanja i postaju element identiteta samoga kupca. S njima kupci odrastaju i zato ih ne žele olako odbaciti.

Za stariju i srednju generaciju, primjera radi, okus Podravkine marmelade ili prvih juha nešto je doista neizbrisivo, kao i miris jednog od prvih domaćih sredstava za pranje Plavog radiona. Vranešević kao dobro poznate primjere navodi i bombone Bronhi i sličice Životinjsko carstvo. Taj stručnjak naglašava kao uspjele poteze i oživljavanje brandova koji suzbog poslovnih problema svojih tvrtki ili stečaja bili marginalizirani, pa i nestajali s tržišta. U tom su kontekstu odlični primjeri, tvrdi Vranešević, Podravkina kupnja marke Eva i Agrokoroovo preuzimanje licence za Slemenove mesne preradine.

Vranešević tvrdi da novi koncept upravljanja markama polazi od toga da treba odbaciti tradicionalno

mišljenje da se marka primjenjuje samo za označavanje pojedinih proizvoda i usluga, već je treba shvatiti mnogo šire. To u praksi znači da poznatu lokalnu marku treba lansirati u što više oblika, okusa i pakovanja. Odlični je primjer kako se to radi Podravkina kampanja vezana uz Čokolino, koji je postao i namaz i čokolada, a uskoro će biti i šlodoled. Slično je učinjeno i s Cedevitom, jer je kod novog vlasnika dobila niz novih oblika i distributivnih kanala. Zato se oba spomenuta proizvoda mogu na svojim tržištima uspješno nositi s globalnom konkurencijom.

Jednako je važno da takve lokalne marke zbog svoje prepoznatljivosti, u čemu posebnu ulogu imaju dizajneri, i neupitne kvalitete mogu držati cijene koje njihovim tvrtkama osiguravaju profit. One ne strahuju da će ih uništavati ni jeftinije trgovačke marke u lancima, koje najčešće imenima, izgledom i karakterističnim bojama žele zbuniti potencijalnog kupca.

Sve to potvrđuje tezu, na kojoj Vranešević posebno inzistira, kako su i lokalne marke, a da o globalnim i ne govorimo, puno vrijednije od tvornica i postrojenja u kojima se proizvode. Bitnije je, stoga, ako je to u konkretnom slučaju moguće, kupiti dobru marku, kako je to Podravka učinila u slučaju ribljeg asortimana Eva i poljskih dodataka jelima, nego kompletne pogone.

U odatnjem argumentu zarenitalizaciju dobrih lokalnih brandova, budući da imaju unaprijed osiguranu tržišnu nišu, i frapantni podatak da danas čak 95 posto novih proizvoda na tržištima doživljava uspjeh. Za takav krajnji rezultat nije presudna vrijednost ulaganja u razvoj određenog proizvoda, kao i obim marketinške kampanje. Mogu se, dakle, trošiti na desetine i stotine milijuna a da konačni rezultat na tržištu bude poražavajući.

Hrvatski je, međutim, problem to što se razvoju i upravljanju lokalnim markama kasni gotovo dva desetljeća, što je zacijelo i posljedica tranzicijskih i ratnih okolnosti. Odlični je način da se sada ubrzaju takve aktivnosti, tvrdi Vranešević, ono što radi Hrvatska gospodarska komora akcijom "Kupujmo hrvatsko" (koja je zbog vanjskih pritisa morala biti promijenjena u "Kupujmo kvalitetno", ali s prepoznatljivim logotipima!). Ta je akcija diljem zemlje probudila sentimente prema nizu proizvoda i pripomogla drugačijem pogledu na pacu na ono što se nudi na policama trgovina. Sve su značajnije i lokalne akcije promoviranja vlastitih kvalitetnih marki. Tako su neki županije, među njima i Koprivničko-križevačka, većekrenuli s markicama koje potvrđuju autentičnost proizvoda i njihovu nepriepornu kvalitetu. ■

Razgovor s direktorom Marketinga Romeom Nakićem**Značajni iskoraci u marketinškim aktivnostima**

Razgovarao: **Boris Fabijanec**



Rojni marketinški procesi tijekom prošle te intenziviranje marketinških aktivnosti već na početku ove godine bili su povod za razgovor s direktorom Marketinga Podravke Romeom Nakićem. Kako ocjenjuje početak ove poslovne godine kada su u pitanju Podravkine robne marke, bilo je prvo pitanje za njega.

- Prije same ocjene 2008. godine treba reći da nije moguće izdvojeno gledati jedan period, jer on je uvijek posljedica kumuliranog rada iz prethodnih razdoblja. Zato želim naglasiti kako je Podravka u 2007. godini, kada su u pitanju njene robne marke u ključnim pokazateljima kojima mjerimo svoju uspješnost (BA, BW, MS) gotovo na svim tržištima učinila je iskorake koji se pišu velikim slovima. Stoga ni najmanje ne čudi da u prva tri mjeseca ove godine Podravka ima značajni rast, što se nogaometnim rječnikom može opisati kao: pobjedujemo, igramo za oko lijep nogomet, a suparnicima dajemo i po pet golova.

• **Što biste istaknuli kao ključno u ostvarivanju takvih rezultata?**

- Ima više faktora koji svaki u svojoj mjeri pomaže takav rast: dobro organizirani prodajni timovi po tržištima, proizvodnja koja ispunjava sve potrebe koje tržišta iskazuju, nabava koja na vrijeme obavi svoj dio posla, razvoj koji je u stanju odgovoriti svakom zahtjevu, a kako sam ja odgovorao za Sektor Marketing malo ću se opširnije zadržati na ulozi marketinga u rastu koji imamo na Podravkinim robnim markama. Rast je prije svega posljedica organiziranosti koja se očituje u procesu planiranja, kao i dugoročnom, a još više na kratkoročnom u kojem nastaju godišnji marketing planovi koji su osnova svih aktivnosti koje onda zajedno s kolegama iz prodaje na tržištima provodimo.

• **Iz vaših bi se riječi moglo zaključiti da je Podravka u dobroj kondiciji?**

- Svi pokazatelji govore da se ulazi ogromna energija u svim sektorima koje sam nabrojio kako bi u konačnici potrošači mogli kupiti našu robu

koju žele. Brojke porasta naše prodaje govore kako ti isti potrošači imaju iz dana u dan sve veću želju za našim proizvodima. To se da pročitati i u intervjuima koje daju kolege iz raznih sektora u našim novinama (npr. tvornica radi u tri smjene, svi kapaciteti popunjeni, ili npr. planovi su bili iznimno ambiciozni, ali su ostvareni... i tome slično).

• **Osjeća li naša konkurencija da nam prodaja raste u mjeri koju spominjete?**

- Naša konkurencija je svjesna u kojoj mjeri je Podravka poboljšala svoju prisutnost na tržištu, a to se očituje prije svega u pohvalama koje dobivamo od kolega iz konkurentskih kuća. Isto tako poznato nam je koliko na svojim internim sastancima pokušavaju pronaći odgovor na sve ono što smo napravili, a njima je otežalo situaciju na tržištu.

• **Koliko smo spremni dugoročno imati trend o kojem govorite?**

- Ako kažem da u ovom trenutku na svim kategorijama imamo pretnih aktivnosti, novih proizvoda i inicijativa za sljedeće dvije godine, onda znate i odgovor na vaše pitanje. Treba istaknuti da je sve

ti onaj rezultat koji smo zapisali u biznis planu ili i bolji. Sve što smo već duže pripremali - tržište, naši potrošači, a i konkurencija, imat će priliku vidjeti na policama već u vrijeme ovog intervjua. Iznimno nam je važno da se vratimo tamo gdje je Studena bila prije nekoliko godina, a to je vodeća robna marka u izvorskim vodama. Ne spomenuti kolege iz ovog tima i pohvaliti ih za sav uloženi trud ne bi bilo korektno. Isto tako treba reći s koliko želje su sve pripreme odradili kolege iz razvoja i proizvodnje, tako da sada svi zajedno očekujemo da se taj žar i želja pretoče u izgled polica trgovačkih lanaca u Hrvatskoj kako bi Studena počela isti onaj uzlet rezultata kakav je imala Blanka Vlašić. Čvrsto vjerujemo da ćemo postati nepobjedivi kao Blanka.

• **Također, i na robnoj marki Lero očekujete pozitivne pomake?**

- Kada govorimo o robnoj marki Lero moram napomenuti da od dana akvizicije svi koji su zaduženi za integraciju ove robne marke u Podravkin poslovni sustav rade napor da se isto obavi što kvalitetnije. Kada je u pitanju dio posla za koji smo mi u Marketingu odgovorni, mogu reći to da je onaj dio posla koji zahtijeva analizu i iz njih potrebna rješenja gotov. Tu se vraćam na onu izjavu da je sve spremno (aktivnosti, novi proizvodi) za sljedeće dvije godine. Konkretno stvari na policama trgovina bit će moguće vidjeti u skoro vrijeme. Lero će već ove godine imati dobre rezultate, ali puni pravi uzlet doživjet će sljedeće 2009. godine.

• **Koliko ste zadovoljni visinom ulaganja u Podravkine robne marke?**

- Kad je riječ o marketing budžetu onda sam prije svega iznimno zadovoljan da smo transparentnost naših ulaganja učinili toliko jasnim da u bilo kojem trenutku godine ili mjeseca možemo zadovoljiti bilo koji zahtjev Uprave kada je marketing budžet u pitanju. Visina ulaganja u robne marke ovisi o trenutnoj potrebi svake pojedine robne marke na pojedinom tržištu, ali mislim da u ovom trenutku Podravka izdvaja optimalan iznos sredstava, a isto se može isčitati i iz prodajnih rezultata kao i ostalih pokazatelja uspješnosti. ■

• **U ovoj godini Marketing je pripremio i puno događanja u kategoriji bezalkoholnih pića?**

- Tu s ponosom mogu reći kako vjerujem da implementirani rad i red u protekle dvije godine na robnoj marki Studena ove godine trebaju polučiti

Coolinarika.com svrstala se uz bok najposjećenijih websiteova u Hrvatskoj

Godinu i pol nakon redizajna Coolinarika.com je, prema informacijama sa GoogleAnalyticsa, prebacila magičnu brojku od 10.000.000 mjesečnih pregleda stranica i 1.000.000 mjesečnih posjeta. Od ukupnog broja posjeta njih 600.000 čine jedinstvene posjetitelje. Dnevno je to u prosjeku

50.000 posjeta i desetak pregledanih stranica od strane jednog korisnika što je svrstava uz bok najposjećenijih websiteova u Hrvatskoj.

U proteklih godinu dana broj posjeta porastao je za 156 posto, a broj pregleda stranica za 142 posto. U istom periodu broj registriranih korisnika porastao je za 32 posto.

Broj korisničkih recepata je s 3.000 u veljači 2007., nakon godinu dana, porastao na 13.100 što čini povećanje od 337 posto. Još značajnije je rastao unos fotografija korisnika, od 1.300 na 33.300 što je u postocima povećanje od 2462. Broj komentara se za isti vremenski period povećao za 100 posto.

Coolinarika.com je jedan od najmlađih Podravkinih brandova koji tijekom pet godina postojanja bilježi konstantan uspon. Svojim prisustvom na internetskoj sceni pokrivra prostor zabavnih, edukativnih i kreativnih kulinarskih sadržaja, a od 2006. godine postaje platforma za povezivanje i druženje njezinih korisnika. ■

U Vodicama je održan kolegij Podravkine Prodaje Hrvatska**Dobri prodajni rezultati u Hrvatskoj novom organizacijom bit će još i bolji**Piše i snimio: **Boris Fabijanec**

Uvodičkom hotelu Olympia održan je 25. i 26. ožujka kolegij Podravkine Prodaje Hrvatska na kojemu su čelni ljudi toga vrlo važnog segmenta Podravkine poslovanja, predvođeni direktorom Marinom Pucarom, razmicali prodajne rezultate u prvom kvartalu ove godine. Činjenica je da već tradicionalno Prodaja Hrvatska kontinuirano postiže dobre prodajne rezultate, što su uostalom pokazali i prošle godine ostvarivši ambiciozne planove te u nekim programima ih i prebacili, a taj pozitivan trend nastavlja i ove godine. U svim prodajnim programima na hrvatskom tržištu su postignuti vrlo dobri prodajni rezultati i u totalu je iznos realizacije veći nego što je planirano. Raste prodaja Podravkinih robnih marki i ono što posebno veseli, prodajna operativna Hrvatske je uspjela nadoknadi

diti nedostatak prodaje programa Nestlea. Nekima je to na početku godine izgledalo kao nemoguća misija, ali bolji poznavatelji ekipe Podravkaša na hrvatskom tržištu nisuimalo sumnjali u uspješnost te misije.

Zadatak je unaprijediti poslovanje

- Vrlo sam zadovoljan postignutim rezultatima jer oni pokazuju da još uvijek ima rezerve u nama. Rezultati prihoda su jako dobri i zadovoljan sam obavljanim poslom u prvom kvartalu ove godine. Činjenica je da naša prodajna operativna iz godine u godinu dokazuje da je respektabilna sila na hrvatskom tržištu od koje mogu i druge, znatno veće kompanije, učiti. No, bez obzira na postignute rezultate,

mirovanja nema, treba i dalje raditi na involviranju ljudi na terenu da budu dio uspješnog tima, kod njih probuditi još više kreativnosti, jer ne smije se sve raditi po inerciji pa makar i ona bila dobro organizirana i hodografski dobro pokrivena. Uskoro ćemo organizirati anketu za prodajnu operativu kako poslovne procese učiniti još boljim, pitati ih što bi učinili da dodu na višu poziciju jer svima nama je osnovni zadatak unaprijediti poslovanje, imati inicijativu- rekao je na kolegiju Marin Pucar.

Nova organizacija Prodaje Hrvatska

Činjenica je da je hrvatsko, kao uostalom i sva svjetska tržišta turbulentno, gotovo svakodnevno podložno promjenama te da je naša tvrtka suočena sa sve zahtjevnijim potezima konkurencije. Bez obzira što neki naši konkurenti imaju znatno veća sredstva za ulaganje na hrvatsko tržište, na sastanku u Vodicama je istaknuta uvjerenost u daljnje pozitivne poteze Podravkine prodaje. Naime, drugog dana kolegija predstavljena je nova organizacija Prodaje Hrvatska, točnije određena reorganizacija postojeće. I ovaj potez zapravo je jedan u stilu tradicije Podravkine prodaje

u Hrvatskoj - i dok ide dobro, može se bolje.

- Osnovni cilj nove organizacije Prodaje Hrvatska je još veće involviranje naše prodajne operativne na prodajno mjesto, kupca i potrošača. Uočili smo značaj specijalizacije prodajne operativne posebice vezano za brendirane Podravkine proizvode i u tom smjeru želimo napraviti dodatni iskorak. Također, želimo još kvalitetnije i učinkovitije spojiti prodaju i distribuciju, imati što manje tzv. „praznog hoda“ u poslovnim procesima svim tim sinergijskim procesima učinkovito i sustavno smanjivati troškove. To nam je prioritet da riješimo neke probleme iz prošlosti i što kvalitetnije se okrenemo budućnosti te imamo prodajnu silu u punom smislu riječi. Bez obzira na dosadašnje postignute prodajne rezultate, ne smijemo se uspraviti, moramo i dalje biti spremni na gotovo svakodnevne promjene koje tržište potencira - rekao je Pucar.

Prema rečenom na kolegiju, nova organizacija Prodaje Hrvatska već će se implementirati 1. travnja. Ne sumnjamo da će i taj iskorak u prodaji vrlo brzo pokazati rezultate, jer definitivno Prodaja Hrvatska

godinama je uspješno ne samo odolijevala, već se vrlo fleksibilno prilagođavala svim izazovima tržišta, stvorila pozitivnu tradiciju ostvarivanja uvijek ambicioznih planova i u konačnici, što je možda i najvažnije, educirane, mahom mlade i ambiciozne kadrove koji čine vrlo respektabilnu prodajnu silu po kojoj je Podravka i te kako poznata u Hrvatskoj. ■

**HGK ŽK Koprivnica i gospodarstvenici naše županije ulazu u obrazovanje mladih****Osniva se Zaklada Županijske komore Koprivnica za stipendiranje učenika i studenata iz naše županije**

Stanak Poslovnog kluba gospodarstvenika Koprivničko - križevačke županije održan je u srijedu u prostorijama restorana "Crna gora" u Koprivnici, a prisustvovali su mu gospodarstvenici, predstavnici najznačajnijih županijskih tvrtki te predstavnici lokalne vlasti. Članovi Poslovnog kluba informirani su o aktivnostima vezanim uz osnivanje Zaklade Županijske komore Koprivnica za stipendiranje učenika i studenata iz naše županije.

Ideja o osnivanju zaklade rođena je na jednoj od prošlogodišnjih sjednica Gospodarskog vijeća ŽK Koprivnica na kojoj se raspravljalo o nedostatku određenih profila kadrova i potrebi stipendiranja učenika i studenata kao potencijalnih zaposlenika. Nosioci ideje i osnivači

zaklade su Hrvatska gospodarska komora, Podravka, Radnik, Hartman i Naturagro. Prema riječima predsjednika Županijske komore Koprivni-

ca Miroslava Vitkovića, cilj projekta osnivanja Zaklade za stipendiranje učenika i studenata je obrazovanje radnika deficitarnih struka i

žele preuzeti dio društvene odgovornosti za obrazovanje mladih i daljnji gospodarski razvoj ovoga kraja.

Osnivači zaklade na ime osnovne imovine zaklade uplatili su po 10.000 kuna i obvezali se da će na račun Zaklade uplatiti najmanje 20.000 kuna. Do sada je prikupljena sva dokumentacija, usuglašen tekst Statuta i izabrani članovi Upravnog odbora pa je na sastanku izneseno uvjerenje kako će Zaklada tijekom svibnja započeti sa svojim aktivnostima, a u lipnju će biti raspisan i prvi natječaj za dodjelu stipendija.

Osnovni kriteriji za dodjelu stipendija su uspjeh u školovanju ili studiju, socijalno imovinski status i deficitarna zanimanja za koja se školuje, a koja će svake godine utvrditi Upravni odbor Zaklade posebnom odlukom.

Predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac izrazio je svoj pozitivan stav prema Zakladi, podsjetivši kako Podravka već ulaze u razvoj hrvatskih mladih znanstvenika i istraživača putem "Zaklade prof. Zlate Bartl" i predloživši usku suradnju te zaklade. Također je izrazio spremnost sudjelovati u Zakladi kako bi se već u početku povećao broj stipendija i dala prilika mladim ljudima.

Pojedini su gospodarstvenici prenijeli i svoja iskustva, vezano uz ulaganje u obrazovanje mladih, zaključivši kako bez ulaganja u znanje i ljude nema egzistencije. Miroslav Vitković pozvao je članove Poslovnog kluba da se aktivno uključe i pridone su uspjehu projekta kako bi se moglo potpomoci školovanje što većeg broja mladih u našoj županiji. **Ines Banjanin**

Radničko vijeće Podravke

- konačni rezultati

Izabrano 15 članova Radničkog vijeća Podravke d.d.

Izbori su održani i u Tvornici Studenac Lipik, Tvornici Kalnik, Danici i u Belupu

Objavljeni su konačni rezultati izbora za Radničko vijeće Podravke d.d. za koje je glasovanje održano 19. ožujka 2008. Izbori supostali valjani. Glasovalo je 2104 radnika od ukupno 3720 radnika upisanih u popis birača.

Liste kandidata su dobile sljedeći broj glasova: Nezavisni sindikat Podravke 425 glasova, Sindikat PPDIV Podravke 987 glasova, Sindikat radnika koncerna Podravka 177 glasova i lista skupine radnika Podravke 453 glasova. Tim rezultatima u Radničko vijeće Podravke izabrani su: Ksenija Horvat, Marijan Lisjak, Petar Koprnić, Martinka Mardečko Vuković, Darinka Čmrk, Slavko Prosenjak, Mladen Pavković, Zvonimir Stanin, Đurđica Bratković, Marijan Sluikić, Željko Mikulić, Zvonimir Prepelić, Vlatka Županić, Darko Šokec i Davor Vrbek.

Istog dana kada su u Podravki održani izbori za peti saziv Radničkog vijeća Podravke održani su i izbori za Radničko vijeće Tvornice Studenac u Lipiku. Nakon provedenog glasovanja u radničko vijeće Tvornice Studenac Lipik izabrani su: Josip Dolenc, Darko Bursik i Zdravko Družinec.

U Radničko vijeće Danice d.o.o. temeljem rezultata provedenih izbora izabrani su Darko Tetec, Zlatko Talan, Marija Martan, Marijan Sever, Vesna Colig, Željko Hren i Zdravko Sabolić

U srijedu su održani i izbori za novi saziv Radničkog vijeća Tvornice Kalnik u Varaždinu gdje je prema neslužbenim podacima lista sindikata PPDIV -a od 167 mogućih glasova osvojila njih 120.

U srijedu su također održani su i izbori za Radničko vijeće Belupa gdje je prema neslužbenim rezultatima Nezavisna lista radnika Belupa dobila 275 glasa čime će osvojiti 5 mandata. Lista SIN-PDOD-a i HUS-a osvojila je 67 glasova što će joj donijeti jedno mjesto u radničkom vijeću, a lista Sindikata PPDIV osvojila je 203 glasa čime bi osvojili 3 mandata u petom sazivu ovog Radničkog vijeća.

Vjekoslav Indir

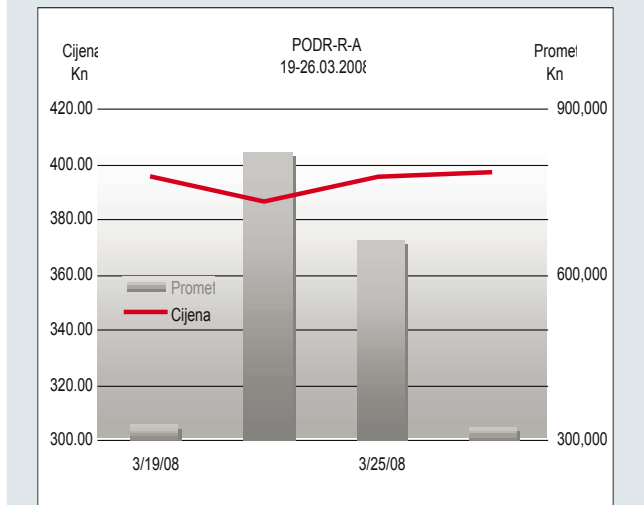
PODRAVKA NA BURZI

Poslovni rezultati kretanja na burzi

Piše: **Mario Gatar**
analitičar SEEBiz.eu portala
mario.gatara@seebiz.eu

Sukladno očekivanjima, produženi vikend prošlotjednu trgovinu učinio uglavnom neznimljivom kada je riječ o dionicama Podravke, budući je u tri radna dana skupljeno manje od dva milijuna kuna prometa. Domaće tržište kapitala u promatranom je razdoblju ponudilo nešto više uzbuđenja, ali pritom ne odudarajući previše od ritma koji su držali inozemni investitori, zamijenivši kratkotrajnu oforiju opreznom akumulacijom profita, čime je uvelike ograničeno napredovanje burzovnih indeksa. Zbog toga je CROBEX na tjednoj razini ostvario tek minimalan (pozitivni) pomak, a čak niti sezona poslovnih rezultata, suprotno očekivanjima, nije isprovocirala značajni-

Datum	Vrijednosnica	Cijena	Promet
19.3.2008	PODR-R-A	395.00	328,845.29
20.3.2008	PODR-R-A	386.00	824,052.83
25.3.2008	PODR-R-A	395.00	664,967.80
26.3.2008	PODR-R-A	396.00	324,847.38




Čokolino višebojac obogatio Dan škole u Pitomači



Ljepši Dan škole učenici i nastavnici OŠ Petra Preradovića u Pitomači nisu mogli ni zamisliti - umjesto uobičajene priredbe 19. ožujka doživjeli su čarobni svijet Čokolino višeboja. Već u juturnim satima ispred sportske dvorane bilo je vrlo živo, dovršavali su se brojni transparenti s porukama podrške razrednim prvacima, na lice su se stavljale navijačke boje, tražio se navijački šal više, ispod kaputa otkrivale majice s crveno-bijelim kockicama. Dvorana najveće škole u virovičko - podravskoj županiji, koju je do posljednjeg mjesta ispunilo više od 1000 učenika, pola je sata prije službenog početka odjekivala gromoglasnim skandiranjem, a kad su se na terenu pojavile nogometne legende Zvonimir Boban i Igor Cvitanović, te rukometašica Podravka Vegete Ana Lovrak, nastala je buka koja je podsjećala na orkan. Voditelji Roberto Anić i Zlatko Škrinjar (koji se vratio u dane djetinjstva u školi koju je pohađao) nisu trebali poticati na navijanje nego stišavati raspoloženu publiku kako bi čuli poruke gostiju. A one su kao i na svim višebojima glasile: igrajte se, uživajte u sportskoj borbi, budite fer navijači, iskažite svoju ljubav prema sportu i umjetnosti. Pitomačani su uzvratili svom silinom pozitivnih emocija pretvorivši Čokolino višebojac u događanje koje nikada neće zaboraviti. Presretni su bili i pobjednici Zvonimir Filjak i Danijela Petković koji su dobili mogućnost sudjelovanja na završnom natjecanju u Umagu u svibnju ove godine, ravnateljica škole Katarina Šimić što je dobra organizacija opravdala izbor upravo ove škole da predstavlja županiju, te općinski načelnik Zeljko Grgačić koji je ovu manifestaciju doživio kao najljepši poklon djeci. **J. L.**

Predstavljamo najpoznatije Podravkine brandove

Podravkini brandovi prepoznatljivi su i omiljeni na hrvatskom i stranim tržištima

 Podravka je u 60 godina postojanja i uspješnog djelovanja razvila i velik broj novih proizvoda od kojih su mnogi postali brandovi, prihvaćeni od milijuna potrošača

U više od šezdeset godina postojanja Podravka je u svom razvoju razvijala i velik broj novih proizvoda od kojih su mnogi postali brandovi - prepoznatljivi i omiljeni na hrvatskom i stranim tržištima. Njihovu visoku kvalitetu jamče izvrsne sirovine, moderni tehnološki procesi i znatne. Uz kvalitetu, odlikuje ih praktičnost

i sigurnost svakog proizvoda. Podravka vodi računa o zdravlju i prehranbenim potrebama svojih korisnika i uvijek je na strani očuvanja hranjivih sastojaka u namirnicama. Prehrana, pića i farmaceutika osnovne su djelatnosti, a dijelom raznovrsnog asortimana su robne marke odnosno brandovi među kojima su naj-

poznatiji: Podravka, Vegeta, Lino, Čokolino, Fant, Eva, Dolcela, Fini-Mini, Talianetta, Kviki, Studena, Studenac i brojni drugi. Iako su brandovi Podravke postali općepoznati i prihvaćeni od milijuna potrošača, ovom prilikom predstavljamo ih na jednom mjestu, uz napomenu da je ovdje riječ tek o onima najpoznatijima.



Vegeta je najpoznatiji izvorni hrvatski proizvod. Jedinstvena je mješavina začina obogaćena s nekoliko vrsta sušenog povrća. Vegeta je spoj kulinariskog iskustva i zdravih sastojaka, a kao univerzalni dodatak svim slanim jelima, od malih zaloga-ja do najraskošnijih gozbi, da-je pun i bogat okus. Vegeta je ujedno i svojevrsni fenomen, jer je u pola stoljeća svoga postojanja ušla u kuhinje potroša-ča u mnogim zemljama širom svijeta, postavši neophodnim sastojkom gotovo svakog slanog jela. Domaćice znaju da je kuhati s Vegetom pravi užitek zato što je okus jela pripremlje-nih s Vegetom jedinstven i ne-nadomjestiv.

ža čini ih cool i zabavnima. Pružaju svakodnevni užitek za zdravo i sretno odrasta-nje. Čokolino žitarice su sa-vrššen obrok za djecu. One su ukusne, prirodne, hranjive (obogaćene vitaminima, željezom i kalcijem), jedno-stavne za pripremu, zaba-vne i pružaju užitek u omi-ljenom čokoladnom okusu. Čokolino kremni namaz pru-ža tajanstveno dobar okus sasvim novog doživljaja čo-kolade s lješnjacima, a u kombinaciji s čašom mlijeka je izvor energije i zdravlja. Idealna je poslastica za sva-ko doba dana. Odlikuje se vrhunskim sastavom, odli-čnom maziivošću te prepo-znatljivim dizajnom

zervi nudi velik broj proiz-oda od ribe. Eva riblje konzerve pripremaju se od najkvali-tetnijih dijelova ribe, bogate su punovrijednim bjelancevi-nama koje sadrže esencijalne aminokiseline, bogate su mi-neralima te sadrže višestru-ko nezasićene masne kisel-ine koje reguliraju razinu ko-lesterola, smanjuju krvni tlak i sprječavaju bolesti srca i kr-vnih žila. Eva riblje konzerve ne sadrže aditive. Mogu se po-služiti kao samostalan obrok ili kao temelj za pripremu slo-ženijih jela.

Fant specijalni dodaci jeli-ma začinit će gotovo svako je-lo ovisno o vašem ukusu - bla-že ili pikantnije. Fant speci-jalni dodatak skraćuje vrije-me pripreme jela, a da pritom ne umanjuje kulinarsku krea-tivnost i najmaštovitijih kuhara. Specijalni dodaci Fant upotpu-nit će razne juhe, mesa, ribu i složena jela dok će Fant umaci biti sočan prilog vašem jelu.



Slastice su bogata, no po na-činu pripreme zahtjevna jela. Stoga je svrha **Dolcele** poje-dnostaviti i ubrzati pripremu te omogućiti stvaranje mašto-vitih, tradicionalnih, ali i izu-zetno modernih te finih dese-rata. Slatki dodir fantazije i slasni recepti iz Dolcelina svi-jeta učinili će vaše slastice izni-mnima.

Kviki proizvodi izvrsnog su okusa, mogu se podijeliti i uživa-ti u bilo kojem trenutku, bi-lo gdje, s prijateljima i članovi-ma obitelji. Njihova kreativna raznolikost na neočekivane na-čine donosi okus i kakvoću od kojih rastu zabavice, zbog ko-jih imate potrebu grickati i gri-ckati... U Kviki grickalice ubra-jamo slano trajno pecivo, Kvi-ki flaps i Kviki krekeri.



Studena je čista izvorska voda u boci. Studenu piju lju-di koji imaju razvijenu svijest o zdravom načinu života, jer ona savršeno osvježava i orga-nizam održava vitalnim te kod napora brzo vraća energiju i to-nus tijela.

Prirodna i čista, ljekovita i osvježavajuća mineralna vo-da **Studenac** u današnje doba ekoloških neprilika pravi je iz-bor za sigurno prirodno osvje-ženje. Mineralna voda sadrži veliku količinu otopljenih mi-nerala i kao takva dobra je kod nadoknade tekućine izgubljene kod većih fizičkih napora. Studenac je mineralna voda savršeno izbalansiranih mine-rala te se pokazala kao najbo-lja voda za miješanje s vinima, a kada se konzumira sama po-kazala je najbolje organolepti-čke karakteristike. Sarolikt punjenja u staklene i PET bo-ce omogućuje izbor uživanja u svježini koju pruža.



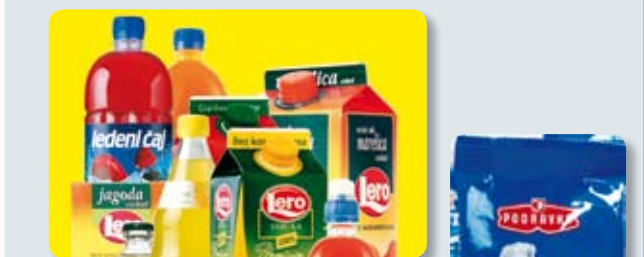
Talianetta tjestenine izvr-stan su i brzo pripremljen sa-mostalan obrok ili prilog gla-vnome jelu. Same Talianette otvaraju tek, a dodatkom je-dnostavnih začina pravi su gur-manski doživljaj

Poznato je da ima mnogo na-čina kako se brzo mogu zado-voljiti potrebe za obrokom. No koji od njih uključuju prak-tičnost i hranjivost u svakom zaloga-ju? To su **Fini-Mi-ni instant juhe!** Jednostavne



su i brze za pripremu u sva-koj prigodi.

Vrhunskom kvalitetom i po-stojanošću, već više od pede-set godina **Lero** proizvodi odu-ševljavaju ljubitelje osvježava-jućih okusa prirode. Lero so-kovi su prirodni voćni sokovi proizvedeni od najboljih kon-centrata i voćnih sastojaka. Preporučujemo ih svima ko-ji paze na svoje zdravlje, uživa-ju u istinskim prirodnim voćnim okusima, te cijene kuali-tetu proizvoda. Lero sokovi su izvor zdravlja i vitalnosti. Asor-timan Lero sokova sastoji se od voćnih sokova, nektara, ne-gaziranih osvježavajućih pića od voćnog soka, ledenih čaje-va i voćnih i light sirupa.



MOJ HOBI

Elizabeta Herceg, Podravkina umirovljenica

Umirovljenički dani uz poeziju i istočnjačku vještinu - tai chi

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

Kockasti materijal za šos kao honorar za prvoplete-nje košara u legradskoj si-romašnoj obitelji, ali bogatstvom na drugi način, jedna je od slika iz djetinjstva Elizabete Herceg kojoj je najveća želja bila biti liječnica. Snovi joj se nisu ostvarili, ali danas je "liječnica" na drugi način. Pomaže ljudima prenose-ći u kopirničkom okružju blago-dati i djelatnost tai chia, vje-štine Dalekog istoka koji je svoje-vremeno usavršila u Australiji.

Elza je iz poznatog legradskog Židovaraša krenula biciklom put Koprivnice završiti Ekonom-

sku školu da bi mogla zaradivati za život. Opasnu Dravu nije vo-ljela i tek ju sada s društvom ot-kriva, ali već tada stihove je volje-la toliko da ih je smišljala i na bi-ciklu, u vrtu, crkvi, na polju... Simbiozom šumskog poljopri-vrednog gospodarstva, čiji je bi-la stipendist, i velike Podravke Elza radno kreće u Prodaji, a po-tom dolazi u ERC u vrijeme ka-da se posao temeljio na danas ne-zamislivim karticama. Slijedio je Transport na Danici, najljepši put Elzinog Podravkinog puta, gdje su joj specijalnost bili obra-čuni dnevnic, putnih troškova.

U mirovini je otisla radosno 1997. godine. Iza smrti supruga dolazi jedan drugi duhovni živo-

tni put žene poznate po druže-ljubivosti, osjećajnosti, blagona-klonosti, nesebičnosti. Najbolje o tome govori u knjizi "Vrelo" u sitnicama iz putne bilježnice: "tek kad sam pružila ruku, mo-gla sam primiti onu koja mi je pružena". Pakira veliki kofer, prvi puta sjeda u zrakoplov, kratko privikavanje u Perthu, a onda ro-dak Edo, učitelj tai chia, imao je novu učenicu. Pet mjeseci sva-davana je vještina koja je na ne-ki način usporeni kung fu, a vje-zbaju ga jednako mladi i oni ko-ji to više nisu. Vježbe kao rodne za ljude pod stresom, za psihi-čki nestabilne osobe i branitelje s PTSP- om. Oboružana novim znanjima u Koprivnici nailazi

na plodno tlo i na Elzinu inicija-tivu dolazi do osnivanja Udruge za terapijske vježbe, a kasnije se pokret proširuje na Klub Ko-privnica i Vrijeme za čaj. Iako lju-di još od kraja ne prepoznaju vri-jednost tai chia, mnogi su u nje-muprepoznali nove životne sadr-žaje. Deset je godina kako Elza tumači istočnu vještinu i poma-že ljudima.

Sve vrijeme piše i pjesme ko-je smatra - božjim darom. Piše puno i već ima ukoričena izda-nja kao „Znamenja“, „Vrelo“, „Ja sam putnik“, „Odsjaji duše“, „Ča-srobne svjetiljke“, „Drugi život“, a promocijom priče „Erna“ napu-nila je Domoljub što rijetkima uspijeva. Žena kojoj je pero uvi-

jek pri ruci piše o ljubavi, ljepo-ti, utjehi, radosti, čovjeku. Nema ljubimca među svojim knjigama, ali su joj posebnije pjesme „Do-šla sam ti tatek“ i „Coprniak“. Čita, ali je u tome izbirljiva. Pje-sma mora imati dubinu, a to na-lazi kod Cesarica i kopirničkog Krmpotića. Iako tvrde da je bo-lja na kajkavskom, ona više piše štokavštinom. Nikada zanatski već iz duše. „Nadahnuća“ su joj i „šparhet“ i bicikl i vrt i potok.

Elza je članica Literarne sekci-je Podravke već dva desetljeća, a pamtje je po predstavljanjima knjiga i u Koprivnici i u Vrbo-vcu, Legradu... Uz tai chi kojeg sa-da najviše predaje u Domu za sta-rije i kojeg smatra kao stvorenim



za današnjeg čovjeka, Elza proširuje spoznaju o vrijednom nači-nu življenja i osnivanjem grupe umirovljenica u Križevcima. Uz tai chi i pisanje pjesama Elza ne zaboravlja i na brzo hodanje kao zdrav način življenja. Nije rode-na za pjevanje, ali voli glazbu i pratnja joj je u vježbanju. U miro-vini, kada više ne treba skrbiti o troje odrasle djece, osim istočnja-čke zdravstvene navike, jedno od zadovoljstava joj je i kuhanje, a jedno vrijeme bila je opsjednu-ta i vegetarijanstvom. ■



Promocija zbirke pjesama "Beleštin" Milana Frčka

Istaknuti slikar i pjesnik Milan Frčko predstavio je u Galeriji Ivana Sabolica u Peterancu novu zbirku pjesama "Beleštin". Knjiga je izdana u nakladi Književnog kruga Prelog gdje je ovaj Podravkin umirovljenik već duže vrijeme član. U bogatom programu predstavljanja Frčkove knjige, koja je pisana osebujnim, arhaičnim, malo poznatim narječjem, sudjelovali su poznati književnici, pjesnici i recitatori. Među njima i Maja Gjerek, potpredsjednica Društva književnika Hrvatske, književnik Aleksej Milinović iz Preloga, pisac Stjepan Bićan, višestruka prvakinja Hrvatske u recitiranju Ines Šafarić, akademski glazbenik Martin Srpak, koji je uglazbio dvije Frčkove pjesme, recitirao je i Mladen Godek, te članovi Literarne sekcije Podravke Ivan Picer i Marijanka Miholek. Domaćin literarne večeri bio je KUD "Fran Galović" iz Peteranca, a u glazbenom dijelu sudjelovali su Duo Anima i Marica Hasan. Knjiga "Beleštin" ("Miloduh") još je jedno u nizu književnih ostvarenja samostalnog umjetnika, poniklog u Podravkinom kulturnom miljeu, koji se pisanjem pjesama bavi u proteklih deset godina. **S. P.**

OBAVIJESTI

Tribina u Podravki Dr. Vladimir Gruđen održat će predavanje za branitelje

U subotu, 29. ožujka, u 10 sati, u Velikoj dvorani Podravke (A. Starčevića 32) bit će održana tribina na kojoj će gostovati prof. dr. Vladimir Gruđen. Tema je: prevencija suicida hrvatskih branitelja i rješanje statusa hrvatskih branitelja liječenih od PTSP-a. Organizatori tribine su Udruga branitelja Podravke (UBIUDR) i Udruga branitelja liječenih od PTSP-a "Sveti Nikola" Koprivničko - križevačke županije. Ulaz je slobodan.

Instrukcije iz matematike za državnu maturu gimnazijalaca

Pučko otvoreno učilište organizira ponavljanje gradiva iz matematike za učenike trećih razreda gimnazije kako bi se što bolje pripremili za ispit iz matematike na "probnoj" državnoj maturi.

Gradivo će se ponoviti u 20 nastavnih sati, a predavat će ga iskusni profesor matematike. Cijena takvih instrukcija je 590 kuna, plativo u tri mjesečna obroka.

Nastava će se održavati svake subote u Pučkom otvorenom učilištu Koprivnica.

Sve informacije možete dobiti u POU Koprivnica, Trg bana Jelčića 6, ili na brojeve telefona 621 106, 240 302 i 240 303, svaki dan od 8 do 14 sati. Prijave se primaju do 4. travnja 2008.

K. Krušelj

KINOPREDSTAVE Kino Velebit u Koprivnici

27. 3. - 2. 4. "DUŠAN ČUDA GOSPODINA MAGORIUMA", američka obiteljska fantastična komedija - u 17 sati, a u nedjelju 30. 3. i u 11 sati (matineja)
27. 3. - 2. 4. "ŽIVI I MRITI", hrvatsko - bosanska ratna fantastična akcija - u 19 sati
27. 3. - 2. 4. "10.000 GODINA PRIJE KRISTA" američko - novozelandska avanturistička drama - u 21 sat

JELOVNIK

- | | |
|--------------------|--|
| 31. 3. ponedjeljak | - Varivo grah s kiselim repom, kuhana kobasica |
| 1. 4. utorak | - Svinjetina u saftu, pirjana riža, salata |
| 2. 4. srijeda | - Kuhana junetina, umak od hrena, pire krumpir |
| 3. 4. četvrtak | - Pečena piletina, mlinci, salata |
| 4. 4. petak | - Čufte u rajčici, pire krumpir, kolač |

Branitelji za branitelje

Zastavice na grobovima hrvatskih branitelja

Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke (UBIUDR), u suradnji s drugim udrugama, a u povodu Uskrsa, postavila je na zagrebačkom groblju Mirogoj na grobove i spomen obilježja poginulih i umrlih hrvatskih branitelja iz Domovinskoga rata oko tisuću hrvatskih zastavica ispod kojih je pisalo - "Da se ne zaboravi - bili su prvi kad je trebalo!" Na taj način branitelji su još jednom odali priznanje svima onima koji su dali svoje živote za slobodnu, samostalnu i neovisnu hrvatsku državu, ali i podsjetili na njihovu veliku žrtvu, koja se, nažalost, sve više zaboravlja.



Hrvatske zastavice na grobovima hrvatskih branitelja

Izložba minijatura u Molvama

"Malo okno za veliko oko" naziv je devete tradicionalne prigodne izložbe minijatura (npr. dimenzija 10x10, 10x7, 3x3 cm), jedine u Hrvatskoj, otvorene na sam Uskrs u prepunoj galeriji Molvarskog likovnog kruga. Na izložbi je izloženo preko 250 slika, uglavnom slika koje pripadaju Podravkinjoj likovnoj sekciji, a istovremeno i Molvarskom likovnom krugu. Izložbu je otvorio dožupan koprivničko križevačke županije, Vladimir Šadek, a predgovor za katalog napisala je poznata književnica Božica Jelušić u kojemu između ostalog ističe: "U prenesenom smislu, reći ćemo da je to malo okno za veliko oko, jer odabranim motivom i simbolom uvijek želi reći više, no što na prvi pogled prikazuje". Izložba će biti otvorena do kraja travnja. Na izložbi sudjeluju slikari i kipari Likovne sekcije "Podravka 72": Branko Matina, Ivan Rodak, Josip Gregurić, Josip Tot, Jurica Varga, Josip Žagar, Marija Grabar, Marija Stipan, Marta Rušak, Martin Đukin, Nada Zlatar - Lukavski, Petar Petrović, Stjepan Đukin, Stjepan Pongrac, Zlatko Štrfiček, Zlatko Kolarek, Tomislav Grabar, Željko Kolarek, Zvonimir Ištvan i Đuro Jaković. **N. Z. L.**

LIJEČNIK ZA VAS



Piše: dr. Ivo Belan

Jedan od pokazatelja općeg dobrog stanja, u gotovo svakoj životnoj dobi, je zdravlje srca. Svake godine veliki broj ljudi doživi srčani udar, koji je još uvijek na vrhu ljestvice uzroka smrti. Veliki broj ljudi ima povećane količine kolesterola (vrsta masnoće), što ih izlaže povećanom riziku pojave koronarne srčane bolesti. Jedna od četiri takve osobe ima "visoko rizične" razine kolesterola. Sićušne kapljice kolesterola, omentane bjelčevinastim ovojem (lipoproteini), krvnom su cirkulacijom distribuirane po tjelesnim tkivima. Ako je hrana bogata zasićenim masnoćama i kolesterolom (kojeg ima u hrani životinjskog porijekla), određeni lipoproteini cirkuliraju u krvi i na stijenci krvnih žila stvaraju masne naslage (plakove). Povećanjem tih naslaga lumen arterija se postupno sužuje, što otežava cirkulaciju krvi. Ako taj proces ostane nekontroliran, s vremenom se lumen i potpuno zatvori, posljedice čega su srčani ili moždani udar, ovisno o mjestu začepljenja.

Kako održavati svoje srce zdravim

Je li hrana bogata zasićenim masnoćama i kolesterolom (kojeg ima u hrani životinjskog porijekla), određeni lipoproteini cirkuliraju u krvi i na stijenci krvnih žila stvaraju masne naslage (plakove). Povećanjem tih naslaga lumen arterija se postupno sužuje, što otežava cirkulaciju krvi. Ako taj proces ostane nekontroliran, s vremenom se lumen i potpuno zatvori, posljedice čega su srčani ili moždani udar, ovisno o mjestu začepljenja.

Liječnici su podijelili kolesterol na "loš" (LDL) i "dobar" (HDL). Što su veće količine LDL u krvi, tim su veće šanse za pojavu srčane koronarne bolesti. Suprotno tome, povećane razine HDL su u vezi sa smanjenim rizikom za nastanak tog oboljenja. Valja istaknuti da su ipak određene količine kolesterola potrebne za normalne tjelesne funkcije. Zasićene masnoće povišuju kolesterol u krvi više nego bilo što drugo u ishrani. Višestruko nezasićene masnoće (biljna ulja) pomažu u snižavanju krvnog kolesterola. To isto može činiti i hrana koja je bogata vlaknastim komponentama (žitarice, povrće, voće, kruh od cjelovitog zrnja).

Svaka osoba bi trebala povremeno obaviti pregled krvi na kolesterol, kako bi se procijenio rizik od srčane koronarne bolesti. Čovjek nije stvoren da bude u mirovanju. Fizička je neaktivnost sastvimi neprirodna njegovu tijelu.

Skoro da nema čovjeka koji nije bar jednom pročitao nešto o štetnosti pušenja, pa ipak je još puno pušača, i muškaraca i žena. Pušači dva puta češće umiru od srčanog infarkta nego nepušači. Razumljivo, osim posljedica na srce, pušenje izaziva i čitav niz drugih štetnih učinaka na organizam. Cigarete su glavni uzrok raka na plućima. Pušenje može izazvati čir na želucu, poremetiti probavu, izazvati gubitak apetita, nesanicu, glavobolje, razdražljivost, kašalj, kronični bronhitis, emfizem i opadanje seksualne moći. Dim cigarete smanjuje i sposobnost krvi da prenosi kisik.

Očekivana prosječna dužina života i krvni tlak su u obrnutu proporcionalnom odnosu. Povišeni krvni tlak značajno povećava šanse za nastanak srčanog udara. Ispitivanja su pokazala uočljivo smanjenje smrtnosti i obolijevanja na srcu, bubrežima i mozgu kod liječenih bolesnika čak i sa blago povišenim tlakom.

Sve spomenuto, uz još izbjegavanje jakih stresova, umjerenom konzumiranjem alkohola i osiguravanje organizmu dovoljnog pruzanja (posebno noćnog), pruža veliku šansu da se srce održi zdravim. ■

Uskrsni koncert Podravkinog Mješovitog pjevačkog zbora

Na Uskrsni ponedjeljak u crkvi sv. Nikole Biskupa u Koprivnici Mješoviti pjevački zbor KUD-a Podravka polusatnim je koncertom uveličao blagdan Uskrsa prigodnim pjesmama. Pod ravnanjem prof. Darije Kivač te uz pratnju na orguljama prof. Natalije Imbrišak zbor je pjevao pučke prigodne pjesme, pjesme stranih kompozitora te klapsku obradu Gibonnijeve pjesme "Oprosti". Pjesmu "Gospodin slavno uskrsnu" otpjevala je Josipa Kovaček.

Mješoviti pjevački zbor KUD-a Podravka ove će nedjelje, 30. ožujka, pjevati koncert u crkvi Presvetog Trojstva u Ždali s početkom u 10 sati, pa će mještani i drugi koji dođu u crkvu moći uživati u prigodnoj zbornskoj pjesmi i tjedan dana nakon našeg najvećeg blagdana, Uskrsa. **A. V.**

Izložba slika Brankice Radmanić u Podravki

Apstraktnim slikama te pejzažima oslikanim tehnikom paste-la ili ulja na platnu ispred restorana prehrane Podravke predstavila se Brankica Radmanić, radnica Podravke i članica Podravkine likovne sekcije. Od 2003. godine crtanjem se bavi intenzivnije nakon završetka tečaja crtanja u "Paleti" Koprivnica i od tada priredila je pet samostalnih izložbi u Hrvatskoj i inozemstvu (Njemačkoj) a sudjelovala je na više od 40-tak skupnih izložbi s Likovnom sekcijom "Podravka 72".

Postavljena izložba (na slici B. Godeka) moći će se pogledati naredna dva tjedna. **A. V.**



SPORT

Prva hrvatska nogometna liga - 25. kolo

Visoka pobjeda za treće mjesto

SLAVEN BELUPO - MEDIMURJE 4:0 (0:0)

Oko 1.000 najvjernijih navijača okupilo se na koprivničkom Gradskom stadionu kako bi gledali novu pobjedu domaćih nogometaša protiv potonule ekipe Medimurja. Hladno vrijeme, a posebno teški teren natopljen vodom i snijegom zapravo je bio na granici regularnosti odigravanja utakmice. Naime, povremeno je na terenu izgledalo kao da se igra više vaterpolo nego nogomet. Iako visoka pobjeda Slavena od 4:0 pokazuje razliku u kvaliteti, domaćim nogometašima je trebalo 74 minute da slome otpor gostiju. Zaista nije lako opravdati ulogu favorita.

Već u 17. sekundi utakmice sto postotnu prigodu ima Kresinger koji izbjiga sam pred vratara Medimurja Conkaša, ali je poslao loptu pokraj vratiju. Potom Šehić tuče pored gola, a u 4. minuti uzvraćaju gosti dobrim udarcem Eliomara što Rodić brani. Opet je zaprijetio Eliomar u 20. minuti, ali njegov udarac glavom nije bio precizan. Na drugoj strani pokušao je i Jajalo glavom nakon ubačaja iz kuta, ali je Conkaš loptu ispod gredi izbacio u korner. Onda u 26. minuti Bošnjak ubacuje iz auta, a Kresinger glavom prenosi loptu do Jajala, koji iz blizine tuče pokraj mrežu. Prigodu utakmice imaju Čakovčani pred kraj prvog dijela kada Eliomar izbija sam pred Rodića, ali Slavenov vratar pravovremeno istrčava i požrtvovnom intervencijom spašava svoju mrežu. Još jednu pravovremenu intervenciju ima Rodić na samom kraju prvog dijela nakon pogreške



Od 0:0 većim dijelom susreta do visoke pobjede pred kraj utakmice

Bošča. Mladi Slavenov vratar iz utakmice u utakmicu definitivno dokazuje da je u odličnoj formi.

I u nastavku opet pritisak Slavenaša i gotovo istovjetna slika kao na početku prvog dijela. Šehić je imao veliku priliku u 49. minuti, već je prošao i vratara Conkaša, a onda je umjesto udarca povratnom loptom uposlao Kresingera, čiji je udarac blokirala obrana Medimurja. U 50. minuti Jajalo je s desne strane ubacio za Kresingera, čiji udarac glavom s pet metara u korner izbacuje Conkaš. Čaval je u 58. minuti pogodio vratnicu, a onda u 67. minuti je Kresinger iz idealne situacije sa svega tri metra prebacio okvir vratiju. Definitivno, ovo nije bio dan Dine Kresingera.

No, velika požrtvovnost domaćinima se isplatila u 74. minuti. Delić je ubacio s desne strane, a Šehić je 'škaricama' postigao krasan pogodak za 1:0. Već se, eto, "privikavamo" na euro-pogotke Slavenovih nogometaša. Time je otpor gostiju napokon slomljen, a onda kreće golijada. U 84. minuti Delić je značaki iskoristio asistenciju Kresingera i iz blizine pogodio za 2:0. Slavenaši ne odustaju, nastavljaju s napadima, a obrambeni igrač Medimurja Čelišćak je u 90. minuti skrivio jedanaesterac prekršajem na Jajalu. Siguran realizator s bijele točke bio je Poljak za 3:0, a točku na i u sudačkoj nadoknadi postavila Šehić koji je iskoristio ubacivanje Dufljaka i pogrešku obrane gostiju te s desetak metara pogo-

dio za konačnih 4:0. Tom visokom pobjedom te zahvaljujući neodlučnom rezultatu Rijeke i Varteksa (2:2), Slaven Belupo izbio je nakon 25. kola na treću poziciju, s istim brojem bodova, 43, kao i drugoplasirani Hajduk.

Ove subote koprivnički nogometaši gostuju u Osijeku, gdje se uvijek igraju otvorene i zanimljive utakmice. Sigurno će Krunoslav Jurčić i njegovi igrači tražiti prigodu za osvajanje bodova kako bi i dalje ostali u samom vrhu hrvatskog nogometa.

Protiv Medimurja za Slaven Belupo su igrali: Rodić, Bošnjak (od 46. Kokalović), Krištić, Božac, Šikić, Jajalo, Sopić, Posavec (od 62. Poljak), Čaval (od 62. Delić), Šehić, Kresinger. **B. Fabijanec**

Rukometašice Podravke Lina pred prvoligaškim vratima

Lino brine slatke brige



Rukometašice Podravke Lina jedan su od najboljih sastava u Drugoj ligi - sjever (snimio N. Wolf)

Da smo stalno u vrhu u konkurenciji hrvatskih kadetkinja, a na zadnjem prvenstvu bili smo i pobjednici. Treniramo svakodnevno, a o našoj 'sudbini', ako osvojimo prvo mjesto, odlučiti će klupsko vodstvo - rekla nam je trenerica Đurđica Zečević.

Voditelj omladinskog rukometnog pogona Podravke Vegete prof. Neven Hrupec, koji je također angažiran u radu s potencijalnim prvoligašicama, i to

de dio igračica posudi virovitičkom TVIN-u i za sada je dogovoreno da se sačekava završetak i seniorskog i juniorskog prvenstva te Lige prvakinja pa da se donesu smjernice djelovanja kluba kada su u pitanju mlade igračice. U sastavu Lina imamo i veliki broj državnih kadetskih reprezentativki koje gledaju prema prvoj ekipi, a i mlade će napredovati pa postoji više mogućnosti kako koristiti kapacitete rukometašica koje napreduju. Jedan je da u Drugoj ligi igraju mlade kadetkinje, a drugi je da - po uzoru na Lokomotivu, koja ima Sesvete kao svoj "satelit" gdje joj igraju potencijalne prvotimke - i mi to imamo u Virovitici ili varaždinskoj Koki. Najizglednije od svega je da ćemo mi i dalje koristiti drugoligaško natjecanje za stvaranje prvoligaških igračica, s tim da će nam cilj biti prvo mjesto, a odlazak dalje omogućiti bismo klubovima kao što su to Čakovec i Zelina koji imaju uvjeta za to. No, o svemu više znat će se početkom jeseni kada se evidentiraju rezultati svih uzrasnih kategorija i odrede smjernice daljnjeg djelovanja - zaključio je Neven Hrupec. **S. Petrić**

Kuglačice Podravke otputovala na Final four u Mađarsku

Može li Podravka na krov Europe?



Danas, petak, kuglačice Podravke krenule su u pohod na još jednu europsku medalju. Otputovala su u mađarski Zalaegerszeg, gdje će se sutra, u subotu, igrati dva polufinala, a u nedjelju borba za treće mjesto i finalna utakmica za pobjednika ovogodišnje Lige prvakinja. Cilj Podravke je jedna od medalja, a dosad neostvarena želja je zlato i krov Europe. Ovo je već za redom peto učešće Podravkašica na Final fouru, otkako je 2004. godine krenula Liga prvakinja u kuglanju. Dosadašnji pobjednici su: 2004. Miroteks (Slovenija), 2005. Victoria (Njemačka), 2006. Electromures (Rumunjska) i 2007. opet Victoria (Njemačka). Podravka je jedina ekipa koja je sudionik svih pet završnica Final foura, a ima dvije srebrne medalje, jednu bronzu i jedno 4. mjesto. Nedostaje samo - zlato!

Početak je bio u njemačkom Hagenwerderu 2004. godine, gdje su se u najjačoj mogućoj konkurenciji našle četiri najbolje ekipe Europe: Victoria iz Bamberga, prvak Njemačke, Miroteks iz Celja, višestruki prvak Slovenije, Electromures iz Targu Muresa, prvak Rumunjske i Podravka, prvak Hrvatske. Nakon polufinalne pobjede od 5:3 nad Electromuresom Podravka je u finalu sa 3:5 poražena od Miroteksa.

Domaćin Final foura za 2005. godinu bio je naš Osijek, gdje su se našli Victoria, Miroteks, Podravka i mađarski Farenvaros. Podravka je u polufinalu uvjerljivo 1:7 poražena od Miroteksa, da bi u borbi za 3. mjesto istim rezultatom 7:1 pobijedila Ferencvaros.

Rumunjska Hunedoara je bila domaćin za 2006. godinu. Bio je tu rumunjski Electromures, prvak Austrije BBSC Wien, Podravka i Tatra iz Slovačke. Podravka je u polufinalu poražena od Electromuresa sa 2:6, a u borbi za 3. mjesto Tatra je senzacionalno sa 5:3 i viskom od sedam čunjeva pobijedio Podravku. Slovačka Podbrezova bila je domaćin za 2007. godinu, a bila je tu Victoria, Electromures, slovenski Brest i Podravka. Koliko su bili izjednačeni protivnici najbolje govore rezultati gdje su sva četiri dvojboja završila 5:3 rezultatima. U polufinalu Podravka je s 5:3 bila bolja od Electromuresa, Victoria od Bresta. U finalu Victoria je sa 5:3 bila bolja od Podravke.

U ovogodišnjim kvalifikacijama Podravka je u osmini finala eliminirala ETU iz Kamnika, a u četvrtfinalu sa dvije pobjede (7:1 u Koprivnici i 5:3 u gostima) i prvaka Austrije SPG Oberpullendorf, a Miroteks iz Celja eliminirao je Electromures. Inače, nevjerojatne su odluke međunarodne NBC federacije i kriteriji po kojima se već u kvalifikacijama mogu "sudariti" ponajbolje europske ekipe. Tako je dosad Podravka dvaput eliminirala slovenski Miroteks i jednom rumunjski Electromures.

Dakle, u dva sljedeća dana u mađarskom Zalaegerszegu opet će se sresti velikani europskog kuglanja: njemačka Victoria, slovenski Miroteks, Podravka i domaćin Zalaegerszeg. Papirnati favoriti su mega sastavi Victoria i Miroteks, koji praktički predstavljaju reprezentacije svojih država. Plasman Podravke dosta ovisi i o ždrijebu polufinala, a hendikep može biti i brzi završetak prvenstva države još prije mjesec dana. Je li Podravka spremna za Final four i što očekuje u Mađarskoj, upitali smo trenera Stjepana Korena.

- Do kraja veljače odigrali smo jedno teško, pretrpano prvenstvo, gdje KSH nije u svom kalendaru predvidio utakmice Lige prvakinja, pa smo igrali subotom i nedjeljom. Zbog toga nam je dobro došao predah, da se malo odmorimo i pripreмимо za Final four. Protivnike dobro poznajemo, nikog se ne bojimo i sa svima možemo igrati. Kuglana je vrlo teška i nezgodna, na njoj je 530 čunjeva dobar rezultat. Naravno, mi uvijek idemo na prvo mjesto, jer u našoj riznici nedostaje nam baš zlato - bio je očekivani odgovor uvijek optimističnog Korena. **Željko Šemper**

Podravkine rukometašice u reprezentacijama

Dok se u koprivničkoj sportskoj javnosti s nestrpljenjem očekuje polufinalni susret Kupa kupova s Larvikom u Koprivnici 19. travnja, rukometašice Podravke nastupaju ili se pripremaju s hrvatskim reprezentacijama za kvalifikacijske turnire na olimpijske igre ili svjetsko prvenstvo. Juniorske reprezentativke, gdje brani Podravkina vratarka Marta Žderić, impresivno su prošle u Osijeku kvalifikacije za Svjetsko prvenstvo ove godine u Makedoniji. Osvojile su prvo mjesto pobjeđivši Švedsku 25:21, Poljsku 29:26 i Bjelorusiju 32:24. Seniorski sastav u kojem je devet Podravkinih igračica (Jeļčič, Tatari, Kožnjak, Gaće, Palčić, Horvat, Pasićnik, Franić i Zebić) trebao je igrati u Rumunjskoj na kvalifikacijskom turniru za Olimpijske igre, ali je došlo do promjene tako da će se on odigrati ovog vikenda u njemačkom Leipzigu. Hrvatska će se tu sresti s Njemačkom, Švedskom i Kubom. U pripremim utakmicama za ovaj turnir Hrvatska je odigrala dva susreta s Makedonijom (za koju igra i Podravkina igračica Todorovska) i u oba susreta pobijedila, sa 29:23 i 32:28. **S. P.**



Lino instant čaj - novi proizvod pod markom Lino

Potrošačima će uskoro biti dostupan novi proizvod pod markom Lino. Riječ je o Lino instant čaju, čija će distribucija službeno početi 7. travnja 2008. godine. Tri su vrste proizvoda Lino instant čaja: kamilica, komorač i voćni čaj u pakiranjima od 200 grama. Cilj uvođenja ovog proizvoda je širenje asortimana u kategoriji dječje hrane i etabliranje branda Lino kao autoriteta u cijeloj kategoriji dječje hrane. Proizvodi su namijenjeni djeci do četiri godine starosti. Lino instant čajevi su dijetetski, karakteriziraju ih aromatičan i pun okus, blagotvorno i smirujuće djeluju na želudac, te pružaju osvježenje. Podrška će trajati putem kontinuirane komunikacije tijekom cijele godine u specijaliziranim časopisima - BEBE, Moje dijete, Mama & beba, Mamino sunce i Pediatra Croatica. K. S.



Degustacija i promotivna prodaja Lero juiceva

Degustacija Lero juiceva s okusom multivitamina i naranče, te promotivna prodaja Lero elopaka 1 l ili 2 l, odvijat će se u periodu od 27. ožujka do 19. travnja. Akcije će se održati na 150 prodajnih mjesta širom Hrvatske. Cilj je upoznati potrošače s Lero sokovima, nagraditi ih poklonom za kupnju, te ih potaknuti na daljnju kupnju Lero proizvoda, čija tradicija na hrvatskom tržištu postoji više od 50 godina. Proizvode pod markom Lero, uz tradiciju, odlikuje širina asortimana i prihvatljiva cijena, a potrošači će za kupnju Lero elopaka 1 l ili 2 l u tom periodu na poklon dobiti Lero čašu. K. S.



Vegeta nagrađuje potrošače u promotivnim akcijama

Paralelno s odvijanjem medijske akcije, Vegeta organizira aktivnosti za svoje potrošače. Akcije će se u razdoblju od 3. travnja do 4. svibnja 2008. godine odvijati na 120 prodajnih mjesta. Kupnjom ukupno 500 g Vegete potrošač dobiva pravo izvlačenja jedne nagradne kartice koja će se nalaziti u promotivnoj kutiji. Svaka kartica je dobitna, a nagrade su: kuhinjska krpa, pregača, ženska majica, muška majica, cjedilo, pekač i tanjur. Svi potrošači koji će sudjelovati u akciji na poklon će dobiti PVC vrećicu i knjižicu recepata. Promotivni materijal, kao i same akcije, pridonose jačanju Vegete kao kulinarne marke. Cilj je jačanje lojalnosti potrošača prema marki i poticanje na kupnju, te nagrađivanje vjernosti potrošača. Kao najpoznatiji i najjači brand dodataka jelima, Vegeta je nositelj oznake "Izvorno hrvatsko". Podsjećamo da medijska kampanja Vegeta "Male tajne" traje od 1. ožujka na televiziji, radiju i u tisku. K. S.



Promo pakiranje Čokolino namaza 375 g + 20% gratis

Počevši od početka travnja pa otprilike sljedeća dva mjeseca potrošači će moći kupovati Čokolino namaz od 375 grama u promo pakiranju pri čemu dobivaju 20 % gratis. Promo pakiranje je namijenjeno svim kupcima. Cijena promo pakiranja je ista kao i kod redovnog pakiranja Čokolino namaza od 375 g, a potrošači će moći uočiti promo pakiranje, jer je na samoj etiketi napisano + 20% gratis.



Započela je medijska akcija za nove proizvode u asortimanu Podravka pašteta u duopak pakiranju - kokošja, čajna i jetrena pašteta, koja će trajati četiri tjedna, od 21. ožujka do 21. travnja. Cilj ove kampanje među ostalim je jačanje imidža Podravkinih pašteta i tržišne pozicije proizvoda. Novo pakiranje nastalo je kao rezultat istraživanja preferencija potrošača, te nam nudi praktičnost i jednostavnost uporabe, a paštete se odlikuju blagim okusom i prepoznatljivom kvaliteto. U tom će se periodu na nacionalnoj televiziji te na nacionalnim i lokalnim radio stanicama emitirati spotovi, a u časopisima objavljivati imidž oglasi. K. S.



Medijska akcija za duopak pakiranja pašteta



RECEPT TJEDNA

Crno - žute kuglice

Dvobojne kuglice pružaju savršeni vizualni ugođaj, a za onaj gurmanski zaduženi su orasi, naribana čokolada i rum.

Sastojci:

Za crno tijesto:
280 g mljevenih oraha
100 g šećera u prahu
100 g naribane čokolade
1 žlica ruma
1 bjelanjak
Za žuto tijesto:
2 tvrdo kuhana žumanjka
80 g maslaca
80 g šećera u prahu

Priprema:

Od oraha, šećera, čokolade, ruma i snijega od bjelanjka pripremite tamno tijesto.

Žumanjke protisnite, dodajte maslac, šećer u prahu i izmiješajte u homogenu smjesu. Oblikujte kuglice tako da iznu-



tra bude žuta smjesa, a izvana tamna.

Kuglice uvaljajte u kristal šećer ili mljevene orahe.

Posluživanje:

Kuglice poslužite dobro rashlađene.

Savjet: Žutu smjesu držite u hladnjaku kako biste lakše oblikovali kuglice.

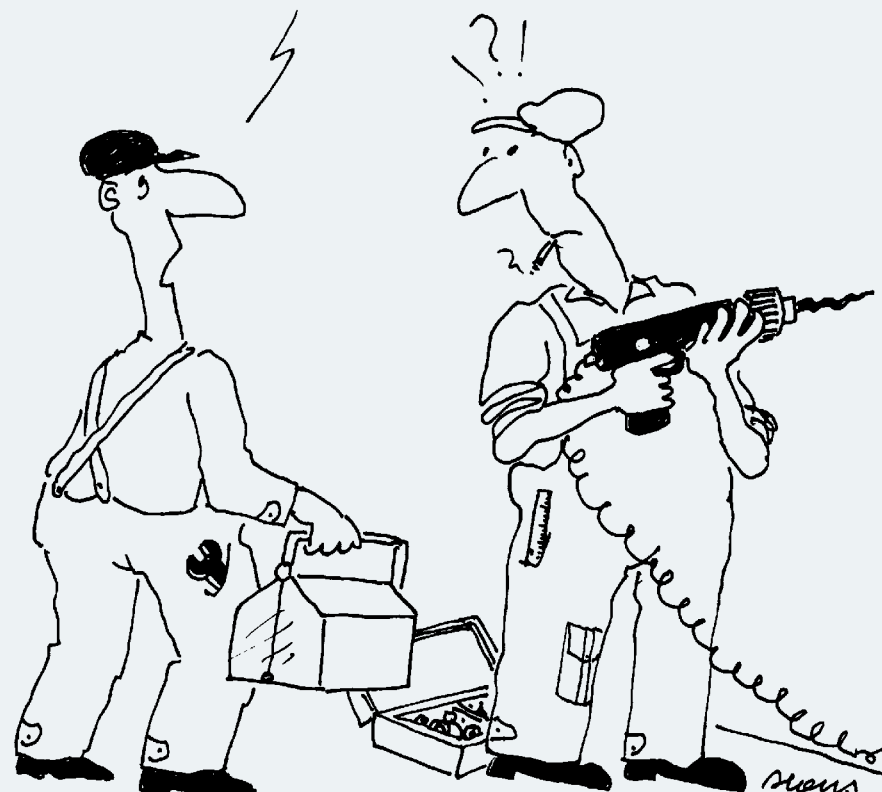
Vrijeme pripreme:
30 minuta

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



KARIKATURA

HOĆE LI SE ZABRANA RADA NEDJELJOM ODNOSITI I NA FUŠ?



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

Grafička 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