

**Predsjednik
Uprave Podravke
obišao pogone
Vegete i Juha i
polugotovih jela**

Str. 2



**U Umagu
održani
15. Dani
Belupa**

Str. 4-5



ISSN - 1330-5204

Godina XLVII • Broj 1898 • Petak, 10. listopada 2008.



PODRAVKA

LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA

Predsjednici Uprava Podravke Zdravko Šestak i Droge Kolinske Slobodan Vučićević potpisali su prošlog petka u Koprivnici ugovor o kupoprodaji

Podravka kupila poznate robne marke Čokolešnik i Čoko

U - Potpisivanje ugovora rezultat je uspješnih pregovora dviju kompanija, a Podravka je kupnjom ovih poznatih regionalnih marki, posebice Čokolešnika koji ima višedesetljetnu tradiciju, osigurala njihov daljnji razvoj - rekao je predsjednik Uprave Podravke Zdravko Šestak

Ugovor o kupoprodaji Čokolešnika i Čoka potpisali su predsjednik Uprave Podravke Zdravko Šestak i predsjednik Uprave Droge Kolinske Slobodan Vučićević



šača nastaviti daljnji razvoj naših poznatih robnih marki - kazao je nakon potpisivanja ugovora predsjednik Uprave Droge Kolinske Slobodan Vučićević.

Predsjednik Uprave Zdravko Šestak rekao je, nadalje, kako će se u marke Čokolešnik i Čoko i dalje ulagati, a proizvodit će se u novoj Podravkinoj tvornici u Koprivnici. Početak proizvodnje i prodaje tih marki Podravka očekuje početkom siječnja 2009. godine.

Podravka je jedna od vodećih prehrambenih kompanija u regiji jugoistočne, srednje i istočne Europe. Najznačajnije Podravkine robne marke su Vegeta, Podravka juhe, Lino, Čokolino, Dolcela, Fini-Mini, Studena, Studenac, Lero, a najnovijom akvizicijom pridružuju im se Čokolešnik i Čoko.

Predsjednici Uprava Podravke Zdravko Šestak i Droge Kolinske Slobodan Vučićević potpisali su prošlog petka u Koprivnici ugovor o kupoprodaji prema kojem je koprivnička prehrambena kompanija postala vlasnik poznatih marki Čokolešnik i Čoko, pahuljica od žitarica.

Kupnjom Čokolešnika i Čo-

ka Podravka proširuje asortiman žitarica za doručak, te prati zacrtanu strategiju kojoj je jedan od planova jačanje tržišne pozicije i proširenje asortimana žitarica za doručak.

- Ovo potpisivanje ugovora rezultat je uspješnih pregovora dviju kompanija, a Podravka je kupnjom ovih poznatih regionalnih marki

- posebice Čokolešnika koji ima višedesetljetnu tradiciju - osigurala njihov daljnji razvoj, jer riječ je o proizvodu prepoznatljivom u ovoj regiji na kojem su, usudim se reći, odrastale mnoge generacije - izjavio je predsjednik Uprave Podravke Zdravko Šestak.

- Zadovoljni smo što smo pronašli partnera koji će na zadovoljstvo posebice potro-



Nakon potpisanog ugovora uslijedio je stisak ruku za još čvršću poslovnu suradnju (snimio: N. Wolf)

NAŠA POSLA**Prijeti masovno zatvaranje zastarjelih klaonica**

Ispostavilo se da samo 12 klaonica koje se bave crvenim mesom i sedam orijentiranih na perad zadovoljava aktualne zahtjeve EU-a, što je manje od deset posto ukupnog broja

Piše: **Željko Krušelj**

Ako postoji gospodarska grana koja će ulaskom Hrvatske u Europsku uniju doista doživjeti cijeli niz drastičnih promjena i neugodnih spoznaja, onda je to mesopreradački sektor. S druge strane, dojam je da se tako nešto i moglo očekivati, kako bi se u sektoru mesa, jednom od ključnih za funkcioniranje poljoprivrede i prehrambene industrije, napokon napravilo reda.

Ovih su dana, naime, Krešimir Kuterovac, državni tajnik u Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, te Branko Bobetić, direktor interesnog udruženja Croatiašto-čar, u gospodarskom prilogu "Večernjeg lista" iznijeli gotovo šokantne informacije u trenutnom stanju u toj domeni, koja se, sada je očito, presporo uklapala u reformske standarde i okvire. To je za posljednju imalo i premali izvoz mesa, uz istodobni pretjerani uvoz, što se boljom organizacijom moglo osjetno mijenjati. Iznesimo najprije ključne brojke kojima barataju ta dva stručnjaka. Prema njihovim spoznajama, u Hrvatskoj je danas 220 klaonica mesa, što podrazumijeva obradu i crvenog mesa i peradi. Od toga su njih 202 bile pregledane da bi se ustanovilo na kakvoj su tehnološkoj razini, odnosno koliko su prilagođeni zakonskom okviru i najrazličitijim propisima s kojima će se Hrvatska suočiti ulaskom u Uniju.

Ispostavilo se da samo 12 klaonica koje se bave crvenim mesom, mahom svinjskim i junečim, zadovoljava aktualne zahtjeve Bruxellesa, kao i sedam njih koje su orijentirane na perad. To je, dakle, ukupno 19, odnosno manje od deset posto. U drugu grupu, tvrde Kuterovac i Bobetić, ide 46 klaonica za crveno meso te 18 za perad, a povezuje ih spoznaja da se, ukoliko će biti adekvatnih ulaganja, približavaju Unijinim standardima, tako da imaju šanse za opstanak. Sve ostale klaonice, a njih je 119 (tu treba pribrojiti i one koje uopće nisu pregledavane), ne zadovoljavaju ni minimalne standarde i zacijelo im slijedi zatvaranje. Da to nije zastrašivanje inertnih vlasnika, iznijet je i podatak da je u

Poljskoj ulazak u Uniju bio popraćen zatvaranjem 700 klaonica, ali da se ukupna situacija u međuvremenu ipak osjetno popravila.

Teško je vjerovati da bi u spomenute hrvatske klaonice netko ulagao velika sredstva, kad je istodobno realnost da u onima većima i tehnološki opremljenijima ima dovoljno kapaciteta, pa je upitna i profitabilnost takvih investiranja. To znači da će više od 50 posto klaonica zasigurno zatvoriti vrata, a da to prijeti još barem dijelu od onih 64 koje ispunjavaju djelomične standarde. Najcrnije prognoze govore da je zapravo ugroženo 90 posto klaonica, ukoliko odmah ne počnu nešto poduzimati za svoj opstanak.

Stručnjaci iz resornog ministarstva su izračunali da u mesnu industriju do 2012. trebaju ulaganja od čak 12,3 milijardi kuna. Od toga bi država preko poticaja mogla osigurati oko tri milijarde kuna, dok bi ostalo trebali pribaviti vlasnici i ulagači. Kako je to nerealno, scenarij s barem djelomičnim zatvaranjima klaonica je više nego izvjestan. Kuterovac i Bobetić smatraju da takva spoznaja ne samo da nije tragična, nego da je to jedini put da Hrvatska od uvoznika postane izvoznik svinjskog i govedeg mesa, dok je koliko-toliko zadovoljavajuća situacija samo u pogledu peradi. Klaonice koje rade mimo propisa, ali za zadovoljavajućim profitima svojih vlasnika, glavni su krivci, primjera radi, što oko 60 tisuća teladi završi na crnom tržištu. Situacija oko kupoprodaje svinjskih tvljenjaka još je podložnija nepravilnostima. Jedino je rješenje u dogoročnom planiranju proizvodnje mesa, kakvo je na snazi u zemljama Unije. Tada se ne bi događalo da privremeni nedostatak sirovina kod jednog ili samo nekoliko proizvođača ne dovede do paničnog uvoza, što je proteklih godina bila česta pojava. Tako su na desetine milijuna dolara odlazile u uvoz mesa, dok je istodobno resorno ministarstvo moralo kooperantima odobravati interventne otkupe.

Bitno je pripomenuti da Podravkina mesna industrija, koja zadovoljava visoke tehnološke zahtjeve, a i već odavno ima izvozne brojeve, ne samo da ne treba biti zabrinuta rješavanjem statusa mesopreradačica, već da je to i prilika za njen rast. Nije riječ samo o povećanoj proizvodnji, nego i o mogućnosti kupnje nekih zbog proširenja asortimana njoj zanimljivih tvrtki, koje se same ne mogu nositi sa zahtjevima kakve postavlja EU. Dobro bi bilo iskoristiti takvu priliku, jer neke analize pokazuju kako će idućih godina na europskom tržištu nedostajati određene količine mesa, ponajviše govedine i piletime. ■

Predsjednik Uprave Podravke obišao pogone Vegete i Tvornice juha i polugotovih jela

Radnike zanimalo što im donose promjene u Podravki

Smanjivanja plaća radnicima u proizvodnji neće biti

Piše: **Dijana Jendrašinkin**
Snimio: **Nikola Wolf**

Hoće li se smanjivati plaće radnicima u proizvodnji? Kakvi su planovi za naše tvornice? Planira li se stimulativno zbrinjavanje za one zaposlenike koji ispunjavaju uvjete za prijevremeni odlazak iz Podravke? - samo su neka od pitanja koje su radnici Vegete i Tvornice juha i polugotovih jela imali izravno prilike postaviti čelnom čovjeku kompanije Zdravku Šestaku. Predsjednik Uprave Podravke kao jednu od svojih obveza uvrstio je i obilazak svih tvornica i razgovore kako s njihovim direktorima, tako i sa samim radnicima kako bi se i osobno uvjerio u uvjete rada, moguće probleme na koje nailaze zaposlenici, te iz prve ruke čuo koja su htijenja i kako Podravkaši doživljavaju promjene koje su počele dolaskom nove Uprave.

Promjene su počele, one su i bolne, ali moramo se svi složiti kako želimo jaču i veću Podravku. Jedino promjenama možemo napraviti iskorak i polučiti bolje poslovne rezultate - poručio je predsjednik Uprave.

čio je predsjednik Uprave Podravke Zdravko Šestak radnicima Vegete i Tvornice juha i polugotovih jela.

Dometnuo je kako su tijekom rujna 102 plaće vraćene na koeficijente, no radnici u proizvodnji ne trebaju se bojati kako će im mjesečna primanja biti smanjena.

Smanjivanje plaća radnicima u proizvodnji nije planirano, jer rukovodili smo se rezanjem ugovorenih plaća, a ne onih koje su temeljene na koeficijentima - kazao je Šestak. Obrazložio je taj postupak nužnim, budući da je bilo, kako je kazao, dosta nepravilnosti.

Tražimo odgovornost. Velika plaća - velika odgovornost, odnosno iza svakog menadžera treba stajati rad i rezultati - istaknuo je predsjednik.

Što se obima posla tiče, radnici 102 tvornica složili su se kako im nije teško raditi u i za Podravku, tako da se ne boje



mogućih novih poslova. Što se posla tiče, kažu da su sretni kad ga je toliko da se ukaze potreba i za trećom, te četvrtom smjenom. Njihove je tvrdnje predsjednik Uprave potkrijepio čijenicom kako su oni zaposlenici Podravke prije svega, a tek onda Vegete i Polugotovih jela, stoga je i posve uobičajeno da

im je posao od velikog zadovoljstva, pa ako je i u nekoj drugoj proizvodnoj cjelini.

Fluktuacija radne snage posve je uobičajena u kompanijama koje si mogu dopustiti da vlastitom radnom snagom zatvaraju proizvodne procese, pa stoga moramo biti svjesni kako je fleksibilnost, odnosno cirkulacija svih zaposlenih nužna - rekao je predsjednik Uprave i dodao kako od svakog zaposlenika očekuje da radi korektno svoj posao, vjeruje u Podravku, a Uprava i menadžment će se potruditi da rezultat ne izostane. Upozorio je i na visoke troškove koje Podravka ima, a koji se uz osobni angažman, mar, odnosno potpuni trud svakog zaposlenika moraju svesti u one okvire u kojima će kompanija biti konkurentna.

Prvi čovjek Podravke obišao je proizvodne pogone u društvu nekoliko direktora, ključnih za proizvodne procese i to direktora Sektora Proizvodnja Vladimira Bunića, Pripreme proizvodnje Dragana Habića i Nabave Branka Vuljaka, te direktora tvornice Vegete Mire Kučeka, direktorice Službe za zajedničke poslove proizvodnje Branke Katinić i direktorice Tvornice juha i polugotovih jela Jasminke Rebac. Pritom je napomenuo kako ga zanimaju prijedlozi razvojnih koncepta tvornica, te u konačnici troškovni efekt. ■

Imperativ nam je poboljšati financijsku situaciju u Podravki. Napravili smo veliki pritisak na menadžment i još ćemo raditi na tome. Dosta toga treba promijeniti, prije svega očistiti neefikasnosti u upravljanju - upozorio je predsjednik Uprave Zdravko Šestak.



Predsjednik Uprave Zdravko Šestak sa suradnicima obilazi proizvodne pogone Vegete i Polugotovih jela

Korištenje znaka Superbrands za brandove Belupo i Lupocet

Farmaceutska tvrtka Belupo dobila je pravo korištenja znaka Superbrands u Hrvatskoj i to za brandove Belupo i Lupocet. Riječ je o cijeljenom priznanju budući da su proizvodi s oznakom Superbrands dobro prihvaćeni kod potrošača. Organizacija Superbrands neovisni je globalni autoritet na području brandinga, a prisutna je u 75 zemalja širom svijeta.

Belupo je potvrdilo su to i neovisni stručnjaci Superbrandsa, vodeća farmaceutska tvrtka u Hrvatskoj po prodaji lijekova s učinkom na kardiovaskularni sustav, lijekova s učinkom na središnji živčani sustav te lijekova s učinkom na kožu. Tvrtka je drugi po veličini proizvođač lijekova u Hrvatskoj. U prvih šest mjeseci 2008. kompanija je ostvarila 313,7 milijuna kuna prihoda od prodaje, od čega je 220,2 milijuna kuna ostvareno u Republici Hrvatskoj, a 93,5 milijuna kuna u inozemstvu. Tvrtka bilježi 34,9 milijuna kuna neto dobiti i zapošlja

1105 zaposlenika. Razvoj novih proizvoda te povećanje izvoza strateški su orijentacija Belupa.

Od ukupno 12 brandova na hrvatskom tržištu antipiretika, Belupov Lupocet, koji se prije 30 godina pojavio na tržištu, potrošači su prepoznali kao lijek prvog izbora namijenjen snižavanju povišene tjelesne temperature, liječenju bolli različitog podrijetla, odlične je podnošljivosti te izuzetnog sigurnosnog profila. Riječ je o jedinom brandu na hrvatskom

tržištu antipiretika (koje financijski raste po stopi od 6% godišnje i vrijedi oko 90 milijuna kuna) koji ima različite farmaceutske oblike. Lupocet je, naime, dozama i oblicima prilagođen svakoj dobnj skupini (Lupocet tablete, Lupocet Teen kapsule, Lupocet Junior sirup, Lupocet baby čepići, Lupocet čepići 250 mg, kao antipiretici te Lupocet Flu šumeće tablete protiv simptoma gripe i prehlade). Lupocet je postao neizostavni dio kućne ljekarne svake obitelji. ■

kao lijek prvog izbora namijenjen snižavanju povišene tjelesne temperature, liječenju bolli različitog podrijetla, odlične je podnošljivosti te izuzetnog sigurnosnog profila. Riječ je o jedinom brandu na hrvatskom

Lino dječja hrana Podravke dobila je nagradu Trusted Brand 2008

Lino dječja hrana Podravke dobila je nagradu Trusted Brand 2008 u kategoriji dječja hrana. Potvrda je to Podravki vjernosti njezinih potrošača koji su tijekom svibnja i lipnja prema istraživanju magazina Reader's Digest ocijenili marke kojima najviše vjeruju. Zadovoljstvo potrošača Podravki je od iznimne važnosti jer već 38 godina kompanija istražuje i razvija dječju hranu brinući o visokoj kvaliteti, sigurnosti i hranjivosti.

Nagrada je tim laskavija budući da su čitatelji Reader's Digesta sami u svakoj kategoriji isticali robnu marku, dajući ocjene njenoj kvaliteti, izgledu, upotrebljivosti i primjerenosti cijene.

Asortiman robne marke Lino obuhvaća dehidriranu dječju hranu, dječji keks i instant čajevce za djecu.

Dehidrirana dječja hrana su pahuljice od žitarica s raznoolikim dodacima, prilagođene ukusu djece koja mogu izabrati omiljeni obrok mnogobrojnoj djeci.

Posebnu, premium liniju dehidrirane Lino dječje hrane čine 4 visokovrijedna proizvoda obogaćena prebiotikom, pripremljena na bazi riže i kukuruza, bez glutena. Ovi proizvodi povoljno utječu na organizam pa



liih aditiva. Najomiljenijim Lino proizvodima - dječjoj hrani instant čajevi od kamilice, komorača i voćni čaj svojom blagotvornošću pomažu njeznom dječjem organizmu u otklanjanju tegoba te osvježavaju. Lino keks ergonomski je oblikovan proizvod kojeg svako dijete s lakoćom može držati u ručicama i samostalno jesti, a obogaćen je i vitaminima kako bi osigurao ne samo ukusan, nego i zdrav međuobrok.

Posebno izabrani sastojci, blagim i suvremenim tehnološkim postupkom sačuvana hranjiva vrijednost te tradicionalne recepture obogaćene najnovijim spoznajama čine proizvode Lino dječje hrane pravim odabirom za zdravo i sretno djetinstvo.

Proizvodi pod markom Lino izvoze se u dvadesetak zemalja svijeta, te imaju lidersku poziciju u Hrvatskoj i ostalim zemljama jugoistočne Europe. Istraživanje Trusted Brand jedno je od najvećih europskih istraživanja potrošača prema proizvodima i robi široke potrošnje, a časopis Riders's Digest ga već osmu godinu organizira u 16 zemalja. U Hrvatskoj se stav potrošača prema markama ocjenjuje po drugu puta, a istraživanje podržava Hrvatska gospodarska komora, dok za objektivnost podataka jamči agencija za istraživanje tržišta i medija Mediana Fides. ■



Zabilježeno u koprivničkoj školi stranih jezika Arcobalena

Interes Podravkaša za usavršavanjem engleskog jezika sve je veći



Piše: **Vjekoslav Indir**
Snimio: **Berislav Godek**

Kako se sve više u današnjem načinu poslovanja u globaliziranom gospodarstvu traži poznavanje barem jednog od svjetskih jezika, to je i u Podravki interes - po sebiice mladih Podravkaša - za usavršavanjem jezika. Na tečaju u Arcobaleni radimo u vrlo malim grupama i na svakom predavanju aktivno sudjelujemo u razgovoru, što će nam pružiti većinu izražavanja. Sat i pol, koliko traje predava-

nje, doslovno preleti zbog dobre atmosfere, ugodnog društva te profesorice Petre koja strpljivo odgovara na sva naša pitanja. Svi već solidno baratamo engleskim jezikom, a kroz ovaj tečaj savladat ćemo i najčešće oblike poslovne komunikacije, te tako pridonijeti Podravkinom uspješnom poslovanju! Po završetku predavanja svi ćemo pristupiti završnom Cambridge ESOL ispitu koji organizira British Council i steći međunarodno priznate diplome poznavanja engleskog jezika - rekla nam je Vesna Zdelar, mladi specijalist za proizvodne analize iz centralne pripreme.

Vodenje i implementacija projekata u zadnje vrijeme uključuje sve veću komunikaciju s dobavljačima i partnerima iz Europe ili drugih dijelova svijeta koji se odvija na engleskom jeziku. Kako bi ta komunikacija bila što kvalitetnija te pregovori i dogovori uspješniji, odlučio sam proširiti svoje postojeće znanje engleskog jezika iz područja gdje sam kvalitetno baratao stručnim područjem na dio okrenut poslovnj komunikaciji, a program škole Arcobalena me u tome za sada uspješno zadovoljava. Svakako očekujem da će po završetku programa nivo mojeg znanja drastično porasti, a time i kvaliteta mog budućeg komunicira-

nja na engl. jeziku. Svida mi se da se u programu cijelo vrijeme ne komunicira na engleskom jeziku jer time stječemo praktična iskustva. Svakako preporučam svim zaposlenicima da ulažu svoje vrijeme i napor u stjecanje novih znanja što će vam se zasigurno u budućim poslovima prije ili kasnije pokazati korisnim. Žao mi je što ranije nisam krenuo s ovim programom, no nikad nije kasno da se sve nadoknadi - ističe Mario Vrhoci, voditelj poslova III iz Informatike.

Svida mi se što puno komuniciramo i na taj način slušajući i međusobno razgovarajući usavršavamo svoj izgovor. Sve to radimo u atmosferi koja je opuštena i radna. Možda bi bilo još daleko bolje kad bismo mogli raditi u još manjim grupama nego što nas je sada. I meni tih sat i pol brzo proleći. Kako i ja imam određeno predznanje engleskog, ovo usavršavanje engleskog jezika u poslovnom smislu i te kako će mi dobro doći - rekla nam je Jasna Radeljak iz Razvoja pića.

Zasigurno je ovo jedan od načina kako se na najbolji način ulaže u vlastite kadrove i kako se vodi briga o vlastitim zaposlenicima, a kroz takve aktivnosti uvelike se utječe i na povećanje konkurentne sposobnosti Podravke. ■

U Zadru je održan 4. hrvatski mikrobiološki kongres

Proširivanje i dopuna profesionalnog znanja s područja mikrobiologije

U Zadru je od 24. do 27. rujna održan 4. hrvatski mikrobiološki kongres s međunarodnim sudjelovanjem u organizaciji Hrvatskog mikrobiološkog društva. Organiziranje ovog događaja također su podržali i Prehrambeno-biotehnoški fakultet, Veterinarski fakultet, Farmaceutsko-biokemijski fakultet i Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Kongresu su prisustvovali brojni domaći i inozemni znanstvenici i stručnjaci iz područja prehrane, veterine, farmaceutike i agronomije. Službeni jezik kongresa bio je engleski zbog sudjelovanja brojnih gostiju iz Europe, Sjeverne i Srednje Amerike, Azije i Australije.

Cilj ovog kongresa je bio proširivanje i dopunjavanje profesionalnog znanja s područja mikrobiologije, razmjena iskustava, kao i razvijanje poznanstva među sudionicima skupa.

Predstavljeno je 30 usmenih izlaganja i 74 rada u obliku posterova, koji su pokrivali sva relevantna područja mikrobiologije poput bakteriologije, mikologije, primjenjene mikrobiologije, mikrobiologije hrane, antimikrobnih metabolita, mikrobiologije okoliša i virologije.

Svoj rad u obliku posterova pod nazivom "Hygiene control of hands in production plants using bioluminescence as a rapid method" predstavile su dipl. ing. Sanja Zagorščak i dipl. ing. Renata Zorko, djelatnice Centralnog mikrobiološkog laboratorija. U radu je procijenjena efikasnost korištenja brze metode na bazi bioluminescencije u kontroli higijene ruku radnika u proizvodnim pogonima.

Osim u hotelu Donat, predavanja su bila održana i na brodu u sklopu ekskurzije u Nacionalni park "Kornati", prilikom čega je organiziran i posjet Parku prirode "Telašćica".



Podravkinje inženjerke Sanja Zagorščak i Renata Zorko ispred posterova kojim su predstavile svoj stručni rad na mikrobiološkom kongresu u Zadru

U Pragu održan seminar "Innovate 08" za 150 marketinških stručnjaka iz svih krajeva svijeta

Edukacija o marketinškom pristupu u tiskovnoj industriji

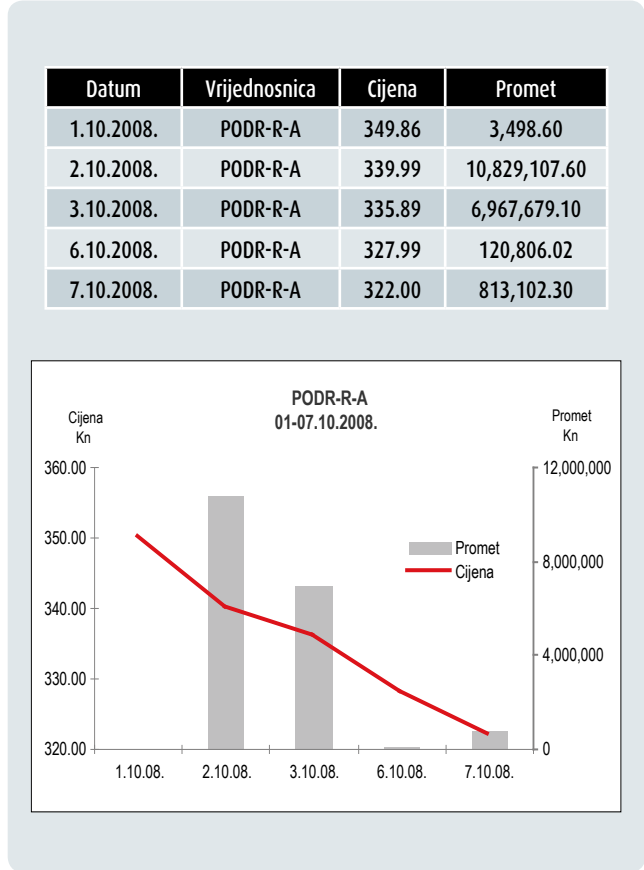
Trendovi u tiskovnoj industriji bila je tema seminara na kojemu je sudjelovala i Ivana Alvir, marketing manager Podravke. Seminar je održan 2. listopada u Pragu u organizaciji američke kompanije Xerox Corporation i poslovnih partnera, s ciljem edukacije i povezivanja poslovnih partnera u segmentu tiskovne industrije. Sudjelovalo je oko 150 marketinških stručnjaka iz svih krajeva svijeta.

Riječ je o relativno novom načinu komuniciranja baziranom na digitalnom tisku. Edukacija se odnosila na marketinški pristup u tiskovnoj industriji, posebice direktni, odnosno personalizirani marketing. Već neko vrijeme u Lino timu prakticiramo direktni marketing na način da se izravno obraćamo krajnjim potrošačima, kako bismo unaprijedili komunikaciju s njima. Takav direktni pristup potrošačima odražava lojalnost, kakvu u Lino timu gradimo - kaže Ivana Alvir.

Kao primjer personaliziranog direktnog komuniciranja, svi su sudionici dobili personalizirane Lino kalendare, s imenom, prezimenom i nazivom kompanije iz koje dolaze (na slici).



PODRAVKA NA BURZI



Novosti iz pivnice Kraluš - akcija Pan piva

Pivnica Kraluš nudi i posebnu ponudu jela po popularnim cijenama

Za sve pivolupce evo dobre vijesti. Pivnica "Kraluš" u suradnji s pivovarom Carlsberg Croatia ljubitelje piva za svaku naručenu litru Pan piva časti s još dodatne pola litre gratis.

Ova akcija počet će u subotu 11. listopada i trajat će do kraja mjeseca.

Uz to, pivnica Kraluš gostima nudi i specijalnu ponudu jela po veoma popularnim cijenama: kuhanu domaću kobasicu sa senfom po 17 kn, kravice 19 kn, restani krumpir 8 kn, dinstanto kiselo zelje 8 kn, čvarci 10 dag 7 kn, pogache sa čvarcima 3 kn.



Obiteljski ručkovi u Pivnici Kraluš ovog vikenda	Obiteljski ručkovi u Podravskoj kleti ovog vikenda
JELOVNIK VII	JELOVNIK V
Bistra juha Pohani kotlet sa hrenom Pomfrit Miješana salata Palačinke s čokoladom Kruh	Krem juha Podravka Punjeni pohani svinjski odrezak Restani krumpir Zelena miješana salata Palačinke s marmeladom Kruh rezani šnita
Cijena 55,00 kn	Cijena: 55,00 kn
JELOVNIK VIII	JELOVNIK VI
Bistra juha Pladanj Pivnica Grah-zelje Savijača sa jabukama Kruh	Bistra juha Podravka Lignje pržene Krumpir kuhani Tartar umak Savijača s višnjama Kruh
Cijena 55,00 kn	Cijena: 55,00 kn

U Umagu održani 15. Dani Belupa

Pacijent u središtu sigurnosti i kvalitete

Pripremila:
Dijana Jendrašinkin
Snimio: **Nikola Wolf**

U maško sunce, dobra atmosfera i osmijeh na licima Belupovaca bili su i više nego dobar razlog da se na jubilarnim, 15. Danima Belupa, održanih protekloga vikenda, 300-tinjak farmaceuta i liječnika osjećaju kao izuzetno dragi gosti farmaceutske kompanije. Belupo je od 2. do 4. listopada organizirao svoje dane, a središnja tema stručnog dijela bila je "Pacijent u središtu sigurnosti i kvalitete" podsjetivši pritom kako je jedna od odlika kompanije upravo sigurnost njezinih proizvoda, te proizvodnja u uvjetima koji zadovoljavaju visoke kriterije.

Sigurnost lijekova i pacijent u središtu pozornosti

Član Uprave Belupa mr. pharm. Hrvoje Kolaric, pozdravljajući farmaceute i liječnike, kazao je kako su postupci koji se provode u liječenju i farmaceutskoj skrbi pacijenata usmjereni očuvanju ili poboljšanju njihova zdravlja, no kako bi se izbjegle i štetne posljedice, upravo savjetovanja, stručni skupovi poput ovog od nemjerljive su koristi.

Otvorio ga je direktor Zavoda za zdravstveno osiguranje dr. sc. stom. Večeslav Bergman temom "Zdravstveni sustav u Republici Hrvatskoj u usporedbi s ostalim srednjoeuropskim državama članicama EU". Za referentne države Bergman je uzeo Austriju, Češku, Mađarsku, Sloveniju i Slovačku čije je zdravstvene sustave uspoređivao s našim. Između ostalog, sudionici su mogli čuti kakve su naknade za bolovanje u kojoj od spomenutih država,

va, kolike su participacije za lijekove na recept i slično.

Specijalistica kliničke farmakologije u Agenciji za lijekove i medicinske proizvode mr. sc. Violoa Macolić Sarinić, dr. med., u svom je, pak, izlaganju podsjetila na "Značenje praćenja potrošnje lijekova u Republici Hrvatskoj - Što je novo za ljekarnike". Kazala je kako su troškovi zdravstvene zaštite visoki, a predviđanja su kako će se i dalje povećavati. Inače, praćenje potrošnje lijekova u Agenciji je počelo prije tri godine, a istaknula je i kako podatke o prometu pojedinih ljekarni, veleprodajnih i bolničkih ljekarni Agencija ne prosjeđuje trećim osobama.

Njezin kolega u Agenciji, dr. med. Dario Krnić, inače stručni suradnik u Odsjeku za farmakovigilanciju govorio je o "Ulozi Agencije u osiguranju sigurnih lijekova". Kazao je kako je farmakovigilancija proces praćenja primjene lijekova u svakodnevnoj praksi, ocjene rizika i koristi primjene lijekova, davanje informacija zdravstvenim djelatnicima i bolesnicima, te praćenje utjecaja poduzetih mjera i postupaka. Pritom je napomenuo kako je važna uloga i ljekarnika koji trebaju prijavljivati nuspojave OTC lijekova.

Direktorica Osiguranja kvalitete Belupa Tatjana Gojčić izlagala je o "Značaju osiguranja kvalitete za krajnjeg korisnika". Rekla je kako su najvažniji dio sustava osiguranja kvalitete u farmaceutskoj industriji zahtjevi "Dobre proizvodnjačke prakse" (GMP) kojima Belupo u potpunosti udovoljava. Novi, suvremeni pogoni, sveobuhvatno praćenje uvjeta u proizvodnji, sigurna proizvodnja, kontinuirane edukacije i dr. odlike su Belupa, pa je kvaliteta



Veliku tortu za 15. Dane Belupa pripremili su Podravkini promotori kulinartstva, a razrezao ju je predsjednik Uprave Belupa Stanislav Biondić

sigurnu i djelotvornu aktivnu supstanciju, stoga nije potrebno ponavljati prethodna i klinička ispitivanja. Uz to, generički lijekovi prolaze uobičajni postupak registracije kao i originalni lijekovi i moraju odgovarati istim standardima kvalitete kao i originalni lijekovi. Razvoj generičkog lijeka, kazala je Medenjak, vodi se prema načelima zakona i pravilnika obvezujućih za farmaceutsku industriju, a između ostalog, kvaliteta se ugrađuje u lijek u fazi razvoja.

Glavna tajnica Hrvatske ljekarničke komore mr. pharm. Katica Vugrinčić-Tomičić izlagala je o "Ulozi ljekarnika u ispravnosti bolesnika pri liječenju". Govorila je o projektu Promicanja ustrajnosti u liječenju koji se provodi u zagrebačkim ljekarnama. Profesorka psihologije mr. sc. Tanja Pureta imala je predavanje na temu "Sigurnost pacijenta kao psihološki čimbenik". Podsjetila je ljekarnike kako pacijentima trebaju pružiti puno suosjećanje i podršku, te u pacijentu gledati čovjeka koji treba pomoć. Direktorica Agencije za istraživanje tržišta Maja Dawidovska nazočne je upozнала s "Učinkovitim prenošenjem poruke o proizvodu pacijentu - važnosti branda". Na vlastitom primjeru kazala kako Neofen za nju nije samo marka, odnosno lijek kojim prestaju bolovi, već on za nju ima i posebnu vrij-



Stručni skup na Danima Belupa otvorio je direktor Zavoda za zdravstveno osiguranje dr. sc. Večeslav Bergman temom "Zdravstveni sustav u Republici Hrvatskoj u usporedbi s ostalim srednjoeuropskim državama članicama EU"

jeđ, odnosno mupirocinu, riječ je o širokospektralnom antibiotiku namijenjenom za lokalnu primjenu kojim se liječe primarne i sekundarne bakterijske infekcije kože. Belupovac dr. med. Željko Paljug podsjetio je na "Mjesto i ulogu inhibitora protonske pumpe u liječenju najčešćih gastrointestinalnih bolesti". Govorio je o trima glavnim motivima za liječenje refluksne bolesti.

"Budi Zdravko Dren, ili kako jednostavno komunicirati zdravlje" objasnile su Snježana Foschjo-Bartol, Dijana Jendrašinkin i Andreja Sminderozac. Internet je danas suvremeno sredstvo komuniciranja putem kojeg se najbrže prenose poruke milijunima ljudi, a kako je rečeno, danas se pomoću te razvijene mreže može komunicirati i zdravlje i to na jednostavan način. Podsjetile su na portal www.zdravobudi.hr.



Posjet Brijunima i trenuci uz glazbu ostae sudionicima Dana Belupa u ugodnoj uspomeni



MOJ HOBI

Nakon dresova raznih boja, sada mu se nosi crna boja...

Piše i snimio: **Slavko Petrić**

Nije nikakvo čudo da ljudi često završe školu, steknu zvanje, a da se tim poslom za koji su se školovali nikada u životu nisu bavili. Pa čak ni iz hobija. Na kvim primjerom svjedoči i Davor Koren, skladištar u Tvornici Vegete, koji je u Krizevcima polazio srednju poljoprivrednu. Dvije godine dačkog doma i toliko putovanja vlakom, diplomu poljoprivrednog tehničara, koji danas nema ni vojnjak u kojem bi koristio stečeno znanje. Zaposlio se Davor u Podravki 1992. u pogonu Mesnih konzervi na pakira-

nju proizvoda od kojih je veliki broj išao za potrebe Domovinskog rata u koji je i on bio uključen putem koprivničkog policijskog sastava, bio je vozač PZO-a, bio je u Pakracu kada se pucalo, a nakon demobilizacije vratio se na staro mjesto. Potom odlazi u stari pogon Juha, gdje ostaje do njihovog zatvaranja, radeći prvo načelno je završio u novoj Tvornici Vegete kao skladištar. Tu je danas sa sedam "mušketa" koji skladište i izdaju sirovinu za proizvodnju Vegete i juha, drugu je godinu na tom poslu i zadovoljan je.

Ako ratarsko, stočarsko i bilj-

Davor Koren, skladištar u Tvornici Vegete

no znanje nije koristio ni u razbibrigi, nogomet ga nije, kao ni mnoge mo kolege, mimoišao. U školi, uz učenje, bili su mu "najvažnija stvar na svijetu" te stolni tenis "prvi" predmeti gdje je i završio igračko društvo. Put ga vodi potom u subotičku Sabariju pa u koprivničku Lokomotivu, a dalje igra za delekovečki Osvit i legradski Graničar iz kojeg se vra-

ća u Sabariju gdje je i trener i igrač. Tu je imao jednu sjajnu generaciju, ali i nesreću kada mu je stradao meniskus. Poslije oporavka slijedilo je još veteransko igranje u Koprivnici gdje je i završio igračko društvo s igralištima. U početku na mjestu desnog veznog igrača, a naposljetku, iako sa samo 172 centimetra visine, na centarhalfu, mjestu koje smatra "gospodskim" (ako ima dobre halfove). Znao je biti opasan s bjele točke, ali i iz slabodnjaka.

Umjesto lopte na nozi, prijateljevanje s nogometom nastavio je s fudbkom u ruci. I njegov otac Josip 12 je godina dijelio

nogometnu pravdu, a Davoru preostaju tri da ga barem stigne. Položen sudački ispit i prvo vatreno krštenje na četvrtj županijskoj u Mičetincu obilježili su Davorov početak u "crnom dresu" (ima i zeleni, žuti, sivi, bijeli). Dobra oprema sto eura, a naknade za suđenje nisu za obogatiti se, već za namirivanje troškova od suđenja do suđenja. Nema mjesta u županiji gdje do sada nije sudio. Nema ni ambicioznosti napredovanja do prvligaškog zviždanja, već mu županijska razina predstavlja svakonedjeljno zadovoljstvo. Fizičkih nereda na utakmicama do sada nije imao, ali je u Kutnjaku i Carevdaru



susrete zbog igračkih "nestašluka" (gadali suca loptom) prekinuo. Nije sklon kartoniranju, za pedagoški je pristup, ali ako treba... Sudac je koji navija za Hajduk od dana Šurjaka, Jerkovića, Vujovića, Žungula, ali i Slaven Belupa otkad je prvoligaš. Sudačkog ni igračkog uzora nikada nije imao. Nikada nije ni ponavljao testove izdržljivosti koji suci polažu prije svake polusezone, a do Kupevrovog testa bilo je to 12 minuta trčanje na kronometar. ■



Okupio se Podravkin tim za pića, popularno nazvan "Potočić maleni" koji je prije deset godina pokrenuo izvorsku vodu - "Studenu"

Izvorska voda Studena u deset godina od "potočića malenog" do milijuna boca



Da bi obilježili 10. godišnjicu Studene, u Podravki se okupio tim koji je lansirao ovu izvorsku vodu na tržište kao i mineralnu vodu Studenac u redizajniranoj ambalaži prije 10 godina

Piše: **Vjekoslav Indir**
Snimio: **Berislav Godek**

Prije deset godina Tim za pića Podravkinih stručnjaka, predvođen Milivojem Šifkornom, na konferenciji Prodaje na hrvatskom tržištu, koja je održana u svibnju 1998. u Koprivnici, prvi puta je prezentirao ideju o novoj vodi "Studena". Prezentacija te ideje bila je u sklopu ukupne prezentacije lansiranja novog identiteta brenda "Studenac".

Što je to bilo novo što je Podravka lansirala na tržište iz Tvornice "Studenac" u Lipiku. Bila je to godina kad su potrošači obradovani saznanjem da će se mineralna voda "Studenac" moći nabavljati u svjetski dizajniranoj ambalaži i novim vrstama pakovanja. Usporedo s time na tržište je krenuo i jedan novi

proizvod pod nazivom - "Studena". Riječ je bila o proizvodnji - pod markom Studena - negazirane mineralne vode, točnije niskomineralizirane vode, sistaknutom plavom etiketom, u plastičnim pakovanjima od 1,5 i 0,5 litara.

Prezentacija tog novog proizvoda te redizajnirane ambalaže "Studenca" održana je 1998. u Lipiku. Dogodilo se to neposredno pred sam početak kampanje prodaje vode te godine. Zaslužan za to bio je Podravkin tim za pića koji je od milja dobio naziv prema poznatoj pjesmi - "Potočić maleni". Tim je u vrlo kratkom vremenu uspio napraviti ono što bi neki drugi radili godinama. Bili su tu kao prvi čovjek tima Milivoj Šifkorn, za proizvodnju je bila zadužena Vlasta Šepetavec, dok su još članovi tima bili: Antun Dunaj (razvoj), Berislav Slukić (nabava), Veselko Zadro (ci-

jene), Ivan Ikić (marketing), Franjo Balent (logistika) i Adam Vilić (prodaja).

I tako je potekla Studena, od malog potočića do velike rijeke, koja danas teče iz lipičke tvornice. Studena je prva hrvatska izvorska voda koju pijemo iz boce već čitavo jedno desetljeće. Probija se na površinu između graničnih stijena Pšunja, gdje je, kako kažu stručnjaci, ušla u podzemlje prije oko 7.600 godina. Obilježava ju kristalna lakoća okusa, koja ispunjava svakim gutljajem. Studenu piju ljudi koji imaju razvijenu svijest o zdravom načinu života, jer ona savršeno osvježava i organizam održava vitalnim. Studena ispunjava sve zahtjeve nove generacije potrošača koji, uz kvalitetu i prirodnost, od robne marke danas traže više - privlačnost i uzbudenje.

Kako je to uzbudenje krenulo, najbolje

znaju njezini pokretači. Ovih dana taj se tim ponovno okupio te je evocirao i uspomene. Naime, ta Podravkina ekipa koja je pokrenula rijeku Studenu sastala se prošlog petka u Podravki i među sobom podijelila svoja prebogata iskustva. Pored članova nekadašnjeg tima, koje smo već naveli, našli su se tu u širem timu još i nekadašnja direktorica marketinga Jadranka Ivanković, te i ostali ljudi iz nabave, Branko Bedeković, Vesna Željnjak te Marijana Balog iz marketinga. Tom druženju pridružili su se i današnji vođe i čelni ljudi programa Pića Podravke Sanja Garaj Miloš i Zvonimir Šimunović. Kratko prisjećanje na to kako je to sve počelo od malog potočića do današnje velike rijeke Podravkinih voda u raznim pakovanjima prisutnima je iznio Milivoj Šifkorn. A njegova prisjećanja popraćena su prikazivanjem reklamnih spotova Podravkine vode koji su se tih godina vrtjeli na tv postajama, te

ča, što se danas u praksi i potvrđuje. Kao tim kojeg je krasio pravi timski duh mi smo imali puno ideja za nove proizvode i iz tog bogatstva ideja smo se odlučili i za niz iskoraka i novih proizvoda među kojima je bila i Studena. Iz mjeseca u mjesec upornim timskim radom uspjeli smo postizati sve bolje i bolje rezultate, tako da smo za postignute uspjehe bili i nagrađeni stručnom ekskurzijom cijelog tima u Francusku - prisjetio se Milivoj Šifkorn.

Vrijedno je zabilježiti i činjenice da je taj tim tih godina lansirao i potpuno novi tv spot za mineralnu vodu, te su zaslužni i za uvođenje oslikanih rashladnih vitrina po hrvatskim trgovinama kao i prvih oslikanih kamiona sa znakovima Studenca i Studene.

- Drago mi je da ste se na ovaj način odlučili obilježiti ovaj jubilej, da ste se ovako okupili i podijelili svoje dojmove iz tih početnih vremena nastajanja i razvoja programa pića u Podravki - rekao je Zvonimir Šimunović, izvršni direktor Poslovnog programa pića Podravke te nastavio: - Upravo danas kada se u okviru ovog sektora proširuje asortiman Podravkinih pića i s asortimanom sokova, voda će i dalje biti jezgra budućeg rada. Nadam se kako će izvorska voda - koja je svojim pojavljivanjem u ono vrijeme bila prava revolucija - u svojoj budućnosti biti jedna od ključnih kategorija u portfelju Podravke. Koliko su ti projekti bili prava stvar, govori najbolje da se na njima namjerava i raditi dalje, ali s novim ljudima u novim timovima koji su već u ovom poslu i čije rezultate treba uskoro očekivati. Čestitam vam na deseto-godišnjici Studene i desetogodišnjici tima "Potočić maleni".

A svi zajedno koji su se nakratko okupili da bi sjećanjem obilježili desetogodišnjicu Podravkine izvorske vode poželjeli su Studeni da obara nove rekorde u proizvodnji i prodaji. ■



prvih primjeraka redizajniranih boca vode od prije deset godina. Šifkorn se prisjetio i kako u tim počecima u Lipiku nije bilo uvjeta za pakiranje izvorske vode što je tek kasnije stvoreno.

- I tada smo znali i tvrdili kako će potrošnja vode iz boca biti sve veća i ve-



RECEPT TJEDNA

Brancin s povrćem

Luben, lubin, brancin, smudut, dut, vuk, agac... Skriva se iza raznih imena, a spada u prvorazrednu ribu našega mora. Kažu da je najukusniji ljeti i u jesen, i to upravo pečen na grillu, uz malo blitve ili kuhanog povrća s maslinovim uljem.

Sastojci za 4 osobe:

4 manja brancina (oko 1 kg)
prstohvat soli
2 žličice Vegete
4 žlice limunova soka
4 žlice maslinova ulja
Za prilog od povrća:
200 g kuhanih mahuna
200 g kuhane brokule
100 g kuhane mrkve
malo soli
2 žlice maslinova ulja

Priprema:

Ribu očistite, operite i dobro



posušite upijajućim papirom. Izvana je posolite, a utrobu natrljajte Vegetom i nakapajte limunovim sokom. Rešetke za roštilj dobro zagrijte, premažite maslinovim uljem i stavite peći ribu. Tijekom pečenja, ribu premazujte maslinovim uljem. Pecite je sa svake strane 5-10 minuta. Kuhano povrće malo posolite i prelijte maslinovim uljem.

Posluživanje:

Pečenu ribu s roštilja poslužite s prilogom od povrća.

Savjet:

Mariniranu ribu možete ispeći i u tavi.

Vrijeme pripreme:

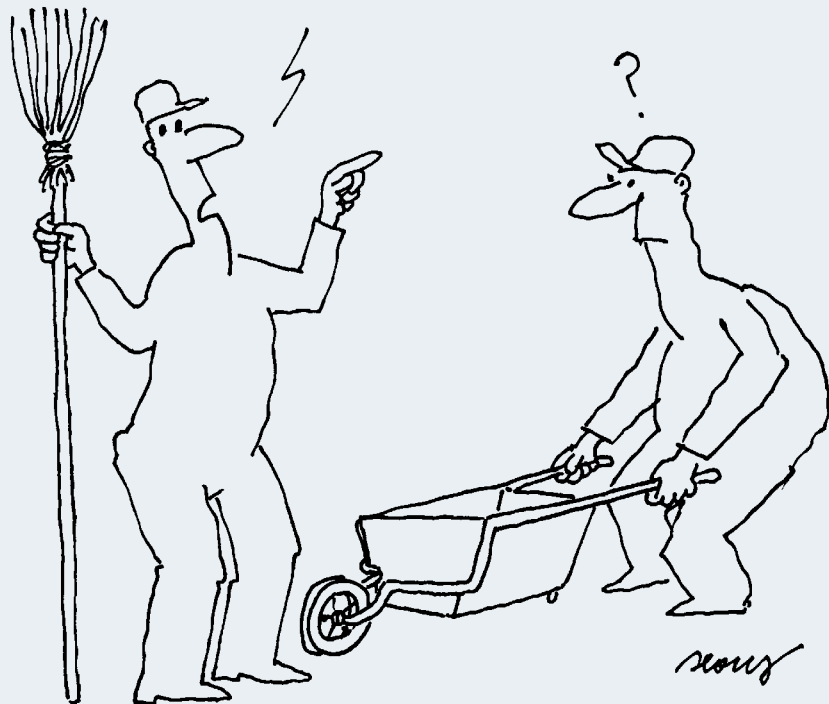
40 minuta.

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



KARIKATURA

KORUPCIJA JE NOVINARSKA IZMIŠLJOTINA!
ETO JA VEĆ GODINAMA UZALUD ČEKAM
DA ME NETKO KORUMPIRA!



Crta: Ivan Haramija - Hans

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

PODRAVKA, prehrambena industrija, d.d. Koprivnica

Za izdavača: Dijana Jendraškin • Urednik: Branko Peroš • Redakcija lista: Ines Banjanin, Boris Fabijanec, Berislav Godek, Vjekoslav Indir, Dijana Jendraškin, Mladen Pavković, Branko Peroš, Slavko Petrić, Nikola Wolf

Grafika priprema i dizajn: Robert Studeni • 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