



Prerada krastavaca punim kapacitetima

4 i 5 Hrvoje Puhalo - Pravi proizvod u pravo vrijeme na pravom mjestu

7 Prerada krastavaca u Kalniku u punom jeku

11 Dan rajčice ponovno u Umagu

12 Biti na moru su gušći koji se ne mogu platiti



Vruće cijene za ljetno osužezanje!

**već od
11,99 kn**



Proizvode po akcijskim cijenama možete
pronaći na svim boljim prodajnim mjestima.
Ponuda vrijedi za sve okuse.

**Užitak u sladoledu...
sa srcem!**



**2L
već od
16,99 kn**



**1L
već od
8,99 kn**

Impressum

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

Podravka, prehrambena
industrija, d.d. Koprivnica

Za izdavača: Korporativne komunikacije

Redakcija lista: Boris Fabijanec,
Berislav Godek, Vjekoslav Indir, Dijana
Jendrašinkin, Jadranka Lakuš, Ines
Lukač, Mladen Pavković

Lektura: Ivana Korošec Vujica

Grafička priprema i dizajn:
Studio za dizajn, Podravka

Naklada: 8.000 primjeraka

Adresa: Ante Starčevića 32,
48000 Koprivnica

Telefoni: 048/651-505

e-mail: novine@podravka.hr

List "Podravka" čitajte i na
www.podravka.com

Tisak: Koprivnička tiskarnica



Piše: Dijana Jendrašinkin, glavna urednica v.d.

Uvodnik

Ljetno vrijeme za novinare je uvijek „sezona kiselih krastavaca“, ne slučajno jer naime, izostaje većih događanja ili ih je na kapaljku, a novinski stupci se moraju puniti. Kad kažem da je zavladała sezona krastavaca doista je tome tako jer upravo je u Podravkinoj tvornici Kalnik u tijeku prerada te povrtlarke kulture. Zanimljivo je kako će njezina prerada trajati svega 20-ak dana, dok se sama povrtlarica od vremena kad je ubrana pa do finalne obrade, u tvorničkim kapacitetima zadrži svega 10-ak sati. Ne vjerojatno malo vremena rekli bismo treba krastavcima kad se uzme u obzir primjerice, koliko dana nas već mediji preplavljaju istim temama. Zanimljivo je kako primarne stvari mogu pasti u drugi plan, a znatiželjna javnost danima polemizirati oko jedne te iste teme. Bez obzira što je, kako rekoħ sezona krastavaca pa nema mnoštva medijima prijemčivih vijesti, ipak su se raspisali o temi (zapravo ne jednoj, dvije su aktualne) koja uvijek budi znatiželju i zaintrigira javnost. Možda će to jednoga dana biti i krastavci (naravno

očekujemo da uzrok njihova spominjanja ne bude nužno Eschericia coli). A, jedna druga povrtlarica – rajčica upravo se sprema ovladati tvorničkim kapacitetima, ali i umaškim trgov jer već tradicionalno Podravka u suradnji s gradom svake godine početkom kolovoza priređuje veliku feštu od rajčica. Znači to da bez obzira na godišnje odmore i ljetnu sezonu kad se aktivnosti ipak svode na nešto laganiji ritam, Podravkino vrijedni i marljivi radnici rade punim kapacitetima. A, vratimo li se na početak, možemo zaključiti kako će sezone kiselih krastavaca biti ama baš svake godine. Tako će prostor u medijima dobivati i teme kojima se i ne bi bavili danima, ali u nedostatku „jačih“ mogu poslužiti. Ljeti vjerojatno treba tako i biti jer sve se želimo odmoriti, napuniti baterije i onda ponovno sve ispočetka. Vjerujem kako ćete svi koji idete na odmor doista se i odmoriti te puni radnoga elana ponovno se vratiti na radna mjesta. Redakcija lista Podravka želi vam bezbrižan i sretan odmor, a s novim brojem javljamo vam se početkom rujna.

CJENIK OGLASNOG PROSTORA U LISTU PODRAVKA

1/1

oglasni prostor stranice
210x300 mm

4.000 kn

1/2

oglasni prostor stranice
210x150 mm

2.000 kn

1/4

oglasni prostor stranice
105x150 mm

1.000 kn

1/8

oglasni prostor stranice
105x75 mm

500 kn

Hrvoje Puhalo, direktor prodaje Zamrznutog programa Pravi proizvod u pravo vrijeme na pravom mjestu

Piše: Dijana Jendrašinkin

Foto: Berislav Godek



Kako bismo ispunili očekivanja naših kupaca i krajnjih potrošača uvijek im trebamo biti na raspolaganju

Turistička sezona u punom je jeku, a Podravkin zamrznuti program, posebice prodaja sladoleda snažno ovisi o njezinoj uspješnosti. Nažalost, turistička sezona u Hrvatskoj traje izuzetno kratko, te se može reći kako je „špica“ sezone od sredine srpnja do sredine kolovoza, uz naravno pred i postsezonu od polovice lipnja do početka rujna. Je li ovogodišnja sezona ispunila očekivanja te kakve su procjene konačnih rezultata bio je povod za razgovor s direktorom prodaje zamrznutog programa Hrvojem Puhalom.

Što govore prvi ovosezonski pokazatelji, jeste li zadovoljni?

Za sada je prošlo prvih mjesec dana i rezultati navedenog perioda su ispunili naša očekivanja te s njima u globalu možemo biti jako zadovoljni. Mjesec lipanj je mjesec kada se vide prvi rezultati pripreme sezone u zamrznutom programu te sa dvoznamenkastim rastom prodaje u tom mjesecu možemo biti i više nego zadovoljni, posebno zbog porasta prodaje podgrupa proizvoda vezanih na ljeto. Sama turistička sezona u Hrvatskoj, a što se može iščitati i iz medija, krenula je možemo reći prema ranijim očekivanjima, s blagim povećanjem broja gostiju. Treba samo napomenuti da povećanje broja gostiju ne znači nužno i povećanje vanpansionske potrošnje, a što u ova recesijska vremena ipak ostavlja i svoj trag. Kako bismo sezonu završili i iznad očekivanja jako je bitna priprema koja traje

od završetka prethodne sezone pa sve do početka tekuće.

Kako se Podravka pripremila za sezonu koja je u tijeku, iskustva, što doživljavate na terenu, kakve su povratne informacije?

Sama priprema sezone 2011.g. započela je već u ljeto 2010.g. s detaljnom pripremom strategije nastupa prema kupcima, prodajne politike, asortimana, cjenovne politike, plana aktivnosti, pripreme investicija za nadolazeću sezonu vezano na vozila, radnu snagu i rashladne uređaje. Kako bismo sezonu odradili sa 120% kapaciteta i u prodajnom i u proizvodnom dijelu pripreme moraju završiti prije Uskrsa. Do tada pokušavamo završiti ugovaranja sa svim kupcima na tržištu, sa svim dobavljačima robe, usuglasiti planove prodaje i proizvodnje sa Ital iceom i našim ključnim dobavljačima (Unilever, Mc Cain, Flandersbest, Globus) i pripremiti u detalje sve promotivne aktivnosti na tržištu. Za sezonu 2011.g. pripreme su završene uspješno i trenutno smo u dijelu godine kada prodajna operativna dan i noć živi za zamrznuti program i svaki dan radi na dostavi robe kupcima u svim dijelovima Hrvatske s motom „pravi proizvod u pravo vrijeme na pravom mjestu“. Kako bismo ispunili očekivanja naših kupaca i krajnjih potrošača uvijek im trebamo biti na raspolaganju, spremni izaći u susret i odgovarati na sve pohvale i primjedbe te ih učiniti zadovoljnim našom brzinom i točnosti. Na terenu koji direktnom distribucijom pokrivamo, od Dubrovnika do Vukovara, susrećemo se s brojnim izazovima vezanim na očekivanja kupaca, aktivnosti konkurencije i raznolikost i rasprostranjenost mjesta isporuke. Izazove rješavamo maksimalno efikasno i brzo, a sve s ciljem stvaranja dugoročnih kvalitetnih poslovnih odnosa i prihvaćenosti naših proizvoda na tržištu.

Radi li naša tvornica u Poreču punim kapacitetima?

Kako na Tržištu RH tako i u proizvodnji Ital ice pripreme za sezonu počinju par mjeseci ranije kako bi proizvodnja za sezonu mogla proizvesti dovoljne količine proizvoda i uvesti ostatak robe koju proizvodimo u outsourcingu. Proizvodnja i uvoz trenutno

su na maksimumu i iz tjedna u tjedan Ital iceovi kamioni marljivo i ažurno bez prestanka dostavljaju robu na regionalna skladišta Tržišta RH kako ne bismo na tržištu u ključnom periodu godine ostali bez proizvoda. Da bi osigurali kontinuirane isporuke komunikacija Prodaje zamrznutog programa i Ital icea odvija se na dnevnoj bazi, a vezano na proizvodnju, isporuke robe iz centralnog na regionalna skladišta i podržavanja akcija koje su planirane za tržište, te na pojačane isporuke prema kupcima.

Poznato je kako u skladu s visokim temperaturama raste i prodaja „hladnijih“ proizvoda. Kojim je proizvodima iz zamrznutog asortimana Podravka zastupljena trenutno na tržištu?

Podravka je u zamrznutom programu prisutna u svim kanalima prodaje: retail, gastro (hoteli, restorani, fast foodovi, pizzerije...), specijalni kanali prodaje (benzinske postaje, plaže, šetnice, bazeni...). Kako bismo osigurali adekvatnu ponudu i omogućili rast prodaje i zadovoljstva kupaca u svim kanalima prodaje u asortimanu imamo preko 250 proizvoda. Pod Podravka brandom prisutni smo u segmentu ugostiteljskih i obiteljskih sladoleda, šlaga, kumpira, povrća, slastica (torte i kolači) i pekarskih proizvoda (lisnato tijesto, croissant, tijesta za pizzu). S asortimanom Podravka i u retailu smo te u gastro kanalu prodaje kako bi potrošači u proizvodima pod Podravka brandom mogli uživati i kod kuće i za vrijeme godišnjeg odmora. Uz to, znatnu prodaju i odlične rezultate ostvarujemo i na trgovačkoj robi. U tom smo segmentu ekskluzivni uvoznik najvećeg svjetskog proizvođača sladoleda Unilever s njihovim brandovima u segmentu impulsnog asortimana (Magnum, Cornetto, Big, Twister, Solero, Nogger), obiteljskog sladoleda (Carte d'or, Viennetta) i ugostiteljskog sladoleda (Carte d'or i Cornetto soft). Uz navedeno uvoznik smo svjetskog broja 1 u segmentu pommese Mc Cain sa širokom paletom proizvoda i odličnim prodajnim rezultatima, te Globus i Flandersbest povrća i voća. Kako bismo ponudu za gastro segment upotpunili i omogućili si da budemo jaki ponuđač robe u segmentu ugostiteljstva u ponudi imamo i širok asortiman zamrznute ribe i pekarskih proizvoda. Trenutno u ugostiteljstvu možemo zadovoljiti preko

90% potreba svakog kupca i stalnim jačanjem prodaje i distribucije postajemo sve značajniji dobavljač diljem Hrvatske.

Koje novosti ove godine Podravka nudi potrošačima?

Uz snažnu i razgranatu prodajnu operativu i distributivnu mrežu izuzetno bitan faktor za uspjeh na tržištu su kontinuirane inovacije i priprema promotivnih aktivnosti. Sukladno tržišnim prilikama i mogućnostima Podravka svake godine u zamrznutom programu uvodi novosti kako u segmentu Podravka marki tako i trgovačke robe. U segmentu sladoleda nužne su kontinuirane rotacije okusa budući da potrošači od svih prisutnih na tržištu očekuju iznenađenja svake sezone te sukladno tome i mi radimo na istome kako pod brandom Podravka tako i sa partnerom Unilever. Velika novost u segmentu sladoleda uvođenje je na tržište premium ugostiteljskog sladoleda Carte d'or koji je trenutno vrh ponude u navedenoj grupi proizvoda. Uz rotacije okusa sladoleda pod Podravka brandom na tržište su izašle novosti u segmentu slastica i kolača (Boem kocke, Štrukli sa sirom) te Povrće za juhu. Ove smo godine znatno proširili asortiman zamrznute ribe za ugostiteljstvo, uveli smo na tržište nove specijalitete Mc Cain pommese i na tržište lansirali novost u Hrvatskoj - pizze u kornetu dobavljača iz Španjolske Connein koje su prema prvim povratnim informacijama s terena odlično prihvaćene od strane potrošača. Kako bismo osigurali ostvarenje planova prodaje potrošače svake godine nagrađujemo posebnim promo pakiranjima u segmentu sladoleda, povrća i pommese i to nam donosi lojalne potrošače i stvaranje navike kupnje Podravka proizvoda u zamrznutom segmentu.

Organiziraju li se diljem obale posebne akcije za potrošače i što je s potrošačima koji su ostali na kontinentu?

Drugi iznimno bitan segment za stvaranje lojalnih i zadovoljnih potrošača i kupaca su i promotivne aktivnosti na tržištu, kako na obali tako i na kopnu. Cilj nam je biti uz naše potrošače uvijek i svugdje i omogućiti im da uživaju u našim proizvodima u svakom trenutku i u isto im vrijeme pokazati da ih želimo i nagraditi za vjernost. U tom duhu kontinuirano radimo aktivnosti promotivnih prodaja na svim regijama, i u segmentu sladoleda i povrća. Potrošače nagrađujemo prigodnim poklonima i na putu do mora i prilikom povratka na benzinskim postajama, kao i prilikom kupnje sladoleda na najjačim plažama u Hrvatskoj. Posebno smo ponosni na prihvaćenost i prisutnost Podravka i Unilever sladoleda na najjačim

plažama u Hrvatskoj (Dubrovnik gradske zidine, otok Lokrum, Čiovo, Zlatni rat Bol, Bačvice Split, Žnjan Split, Biograd Dražice, Zrće Pag, Nin, Crikvenica gradska plaža, Rajska plaža Lopar Rab, Poreč, Umag...) što pokazuje da u asortimanu imamo izuzetno kvalitetne proizvode koje su prepoznali potrošači i iz Hrvatske i iz inozemstva, a isti su neizostavni dio ponude top lokacija na Jadranu. Potrošači na kopnu također nisu zanemareni i pokušavamo im osigurati dostupnost naših proizvoda na svim atraktivnim lokacijama za odmor.

Uz navedene aktivnosti trenutno je u tijeku i velika akcija Podravka sladoleda na cijelom tržištu. Ove smo sezone našim vjernim potrošačima odlučili pokloniti znatno sniženje svih sladoleda pod brandom Podravka kako bismo u burna vremena i mi malo pomogli svima kojima je teško i sladolede učinili povoljnijom kupnjom. I ovim putem pozivam sve potrošače da u prodavaonicama potraže Podravka sladolede po novim znatno nižim cijenama koje vrijede od 20.7. do završetka sezone.

Kakve rezultate očekujete tijekom ljeta, ali i završnu godišnju procjenu?

S obzirom na to da je trenutno sezona u punom jeku za sada je teško prognozirati rezultate, posebno jer prodaja zamrznutih proizvoda uvelike ovisi i o vremenskim prilikama. Ako bismo se ravnali prema dosada odrađenom i prema pripremi sezone vjerujemo da ćemo sve zacrtane planove ostvariti i biti svake godine sve bolji i sve jači igrač na tržištu. Prateći rezultate sezone i dosadašnjeg dijela godine optimistični smo i istim žarom moramo nastaviti i do kraja godine jer posao Tržišta nikada ne završava i svaki nam je dan izuzetno važan.

Kako ocjenjujete konkurenciju, koje su naše prednosti?

U tržištu zamrznutih proizvoda kao i u ostatku segmenta hrane vlada jaka konkurencija koja nas tjera da svakim danom budemo sve okretniji, jači i bolji. Kako bismo bili u korak sa trendovima i promjenama tržišta moramo se svaki dan usavršavati, raditi na razvoju programa i ne dozvoliti da nas pretekne konkurencija u bilo kojem pogledu. Na tržištu zamrznutog postoji veliki broj nacionalnih i lokalnih igrača i s većinom imamo uz konkurentski, razvijen i pozitivan odnos suradnje u nabavi određenih vrsta zamrznute robe. Zamrznuti segment je samo jedan segment tržišta unutar kojeg se konkurencija jako dobro prati, međusobno se svi poznajemo i pokušavamo cijeli segment učiniti još boljim i atraktivnijim potrošačima kako bismo na tržištu prosperirali i opstali.

U konačnici, očekivanja odnosno, procjena sezone...

Kako bismo godinu završili u okviru planova i intenzivno kao i do sada i dalje očekujem konstantan pritisak na Tržištu, stvaranje sve jačih veza sa kupcima, povećanje broja kvalitetnih mjesta isporuka, zadovoljenje očekivanja naših potrošača i u konačnici ostvarenje sve bolje profitabilnosti ukupnog programa. Navedeno nam može osigurati kontinuirani napredak programa kao i mjesto u srcima naših potrošača.

Za kraj bih svima našim čitateljima zaželio ugodan ljetni odmor sa porukom da nas potraže na svim lokacijama na obali, ali i na kopnu jer su proizvodi koje nudimo prilagođeni svima pa i najzahtjevnijim potrošačima.



Cilj nam je biti uz naše potrošače uvijek i svugdje i omogućiti im da uživaju u našim proizvodima u svakom trenutku i u isto im vrijeme pokazati da ih želimo i nagraditi za vjernost. U tom duhu kontinuirano radimo aktivnosti promotivnih prodaja na svim regijama

Održana Glavna skupština dioničara Podravke

Redovna Glavna skupština dioničara Podravke d.d. održana je u Koprivnici, a nakon što je Nadzorni odbor podnio izvješće o obavljenom nadzoru vođenja poslova u 2010. godini, podastirto je Godišnje financijsko izvješće Podravke d.d. te konsolidirana financijska izvješća Grupe Podravka za poslovnu 2010. godinu s izvješćima i mišljenjima ovlaštenih revizora. Ujedno, Godišnje izvješće o poslovanju i stanju Društva podnijela je i Uprava Podravke d.d. Na Glavnoj skupštini donesena je odluka o raspodjeli prošlogodišnje dobiti i to od 10.927.024,06 kn. Ostvarena dobit upotrijebit će se za pokriće prenesenog gubitka iz prethodnih godina.

Nazočni dioničari dali su razrješnice članovima Uprave Podravke i Nadzornog odbora Podravke d.d. kako su vodili Društvo u 2010. godini. Na današnjoj skupštini donijeta je i odluka o izmjenama i dopunama Statuta Podravke d.d. Za obavljanje revizije financijskih izvješća matičnog društva Podravka prehrambena industrija d.d. Koprivnica i njezinih povezanih (ovisnih) društava imenovana je ovlaštena revizorska tvrtka Deloitte d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu. (D.J.)



Predsjednik Uprave Podravke Miroslav Vitković dioničarima predstavlja planove Podravke
Foto: B.G.

Nagrada Podravka tjesteninama

Hit proizvod 2011. nagrada je koju je u kategoriji Tjestenine dobila Podravka u Poljskoj. Dodjeljuje je časopis „Życie Handlowe”, a proizvode ocjenjuju trgovci po kriteriju originalnosti i kvaliteti, dostupnosti na prodajnim mjestima, cijeni, pakiranju i prodajnoj

podrsci. Podravka nastavlja tradiciju dobivanja nagrada u Poljskoj za svoje proizvode jer nakon proizvoda od rajčica, zatim Vegete Natur, već treću godinu priznanje stiže i za tjestenine. Priznate su od trgovaca kao proizvod koji je na prve mjestu u svojoj kategoriji budući



da je riječ o visokokvalitetnom proizvodu rađenome od najkvalitetnijih prirodnih sastojaka. Inače, nagrada se dobiva tako da trgovci odabiru „hitove prodaje” u određenoj sezoni, odnosno proizvode koji im donose najveći profit. Popularnost natječaja najbolje pokazuje broj prijava. U ovogodišnjem, četvrtom izdanju na natječaju je sudjelovalo više od 300 proizvoda u nekoliko kategorija. (D.J.)

Pšenica po novom Pravilniku

Koprivnička će Podravka za pšenicu ovogodišnjega roda platiti 1,35 kn/kg. Cijena se utvrđuje za kilogram pšenice kvalitete prema novom Pravilni-

ku (hektolitarska masa suhog zrna 76 kg, vlaga 13,5% i primjese 5%). Planira se kako će biti otkupljene sve količine od poljoprivrednih proizvođača koji

gravitiraju Koprivnici. Procjenjuje se kako će žetva trajati do kraja srpnja, a dosad pristigla pšenica je vrlo dobre kvalitete. (D.J.)



Foto: B.G.

Slavica Kolesar, direktorica tvornice Kalnik u Varaždinu Prerada krastavaca u Kalniku u punom jeku

Piše: Vjekoslav Indir, Foto: Berislav Godek



Sam proces prerade krastavaca traje svega desetak sati



Ova godina s izrazito malo padalina pogodovala je da sezona prerade krastavaca u tvornici Kalnik u Varaždinu započne iznimno brzo. Zbog suše sve povrtna kultura puno ranije dozrijevaju no prijašnjih godina, a s time prije kreću i kampanje prerade. No, usprkos vremenskim neprilikama količine koje se prerađuju u varaždinskoj tvornici veće su za pet posto u odnosu na godinu prije. Prema podacima s kojima raspolažemo i ukupna prodaja Podravkinih prerađevina povrća porasla je u prvom polugodištu također više od dvadesetak posto što itekako veseli. Do

sada je u tvornici prerađeno više od polovice od planiranih količina krastavaca, ističe direktorica tvornice Kalnik Slavica Kolesar. Nastavlja s vrlo zanimljivim podacima napominjući kako se ova povrtna kultura u svega desetak sati otkako je ubrana na polju preradi i spakira, te kreće put kupaca. Sam proces prerade krastavaca odvija se na novim tehnološkim linijama, od modernog stroja za kalibriranje krastavaca do automatiziranih pakerica. Teški fizički rad u tvornici tako je sveden na najmanju moguću mjeru, a brzinom prerade i automatizacijom postiže se i garantira vrlo visoka kvaliteta gotovih

proizvoda. Tome uvelike doprinosi svjež i kvalitetna sirovina, jer se konstantno radi na poboljšanju lanca dopreme sirovine u tvornicu. Tako se kroz šest dana u tri smjene prerađuje tjedno i do petstotina tona krastavaca. Svi krastavci koji u tvornicu pristižu, a ne mogu odmah u prerađuju odlaze u hladnjaču u kojoj se na temperaturi od osam do deset stupnjeva Celzija, ohlađuju i takvi zatim ulaze u proces prerade. Direktorica Kolesar na kraju kaže kako će se prerada krastavaca odvijati još i u idućim tjednima kada će se u tvornici ujedno započeti i s preradom cikla, te preradom paprike i feferona.



Vrijedna djelatnica tvornice Kalnik nadgleda preradu

Uz dobre prodajne rezultate gradimo imidž Podravke u Makedoniji

Piše i foto: Jadranka Lakuš



Rajko Gospodnetić

Među tržištima Podravke koje godinama bilježe dobre rezultate posebno se ističe Makedonija. Prodaja raste iz godine u godinu, broj proizvoda koji se plasiraju od otvaranja Podravkinog poduzeća do danas porastao je pet puta, a koprivničku kompaniju mnogi doživljavaju kao domaću. U zemlji s dva milijuna stanovnika, sa stopom nezaposlenosti od čak 32 posto, u kojoj prosječna plaća iznosi svega 220 eura to nije jednostavno. Međutim dinamični Rajko Gospodnetić koji od 1998. godine vodi poslovanje u ovoj državi, kao pravi sportaš (bivši košarkaš) ne priznaje poraze, pun energije vodi tim koji uspješno odolijeva svim izazovima i koji se raduje svakom dobrom rezultatu. S Rajkom sam razgovarala u ugodnoj atmosferi restorana Makedonska kuća u Skopju u kojoj je ugostio KUD Rudar Glogovac koji je kao promotor Podravine i hrvatske kulture sudjelovao na Međunarodnom festivalu folkloru u Ohridu. Dobro raspoložen i pomalo raznježen hrvatskim pjesmama koje su odjeknule u prelijepom nacionalnom restoranu Rajko je bez ustezanja progo-

vorio o poslovanju Podravkinog poduzeća u Makedoniji.

Kakvi su rezultati poslovanja u 2011. godini?

Podravka Makedonija je u prvom dijelu ove godine ostvarila odlične rezultate. Prodaja nam ide prema planu, a u odnosu na isto razdoblje prošle godine veća je za gotovo četiri posto. Usto stalno smanjujemo troškove, odnosno približavamo se postotku kojeg je zadala Uprava od 15,5 posto. Marža nam je vrlo dobra, blizu projicirane, unatoč višekratnom podizanju cijena zbog rasta ulaznih komponenti. Nadamo se da ćemo u drugom polugodištu koje je obično bolje od prvog zadržati taj dobar tempo.

Taj pozitivan trend ovdje traje unatrag nekoliko godina, zar ne?

Točno mi već nekoliko godina bilježimo rast, ali različitog intenziteta. Jedne godine postoci su veći, druge nešto manji, ali uvijek ostvarujemo planirane veličine. Vrlo je bitno ostvariti bruto maržu, odnosno maržu kompanije i kontrolirati troškove. Koji put je to važnije od stopostotnog ostvarenja plana.

U nekim kategorijama kao što su dodaci jelima, juhe, dječja hrana Podravka je godinama bila lider na makedonskom tržištu. Ima li tu nekih promjena?

Nema. Podravka je desetljećima vrlo etablirana kompanija u Makedoniji, čak je mnogi ovdašnji ljudi doživljavaju kao domaću kompaniju, ponekad je brand Vegeta čak jači od Podravke. Osim u juhama, Vegeti, dječjoj hrani, lideri smo i u Fantu, slasticama, Nije lako biti prvi, lidera svi napadaju. Mi se uspješno branimo od navale jeftinih proizvoda, ponekad su neke juhe koje dolaze iz Srbije upola jeftinije od naših, ali mi dobrim marketinškim i trade aktivnostima uspijevamo doprinijeti dio potrošača, dati im neke benefite te zadržavati vodeću poziciju na tržištu.

Koji su proizvodi najprodavaniji, odnosno što Makedonci najviše vole?

Lideri smo u juhama, prodajemo gotovo 400 tona godišnje, što je praktički pa-

radoks u ovoj zemlji. Ovdje se u restoranima gotovo ne može naručiti juha i kada netko tko prvi puta dođe u ovu zemlju i promatra što se tu jede, mogao bi zaključiti da se u Makedoniji uopće ne kuha juha. Međutim doma svi jedu juhu, pa je to veliko tržište za ovu kategoriju. Ponavljam, mi smo godinama lideri, a najprodavanija je kokošja juha, žuta, oni je zovu petel i to je ovdje pojam za juhu, poput Vegete u grupi dodataka jelima. Kod Vegete najprodavanije je 250 gramsko pakiranje, zatim odlično ide Fant za čufte i pljeskavice, a kod dječje hrane u kojoj držimo oko 80 posto cjelokupnog tržišta apsolutno najtraženiji su Frutolino i Čokolino. Nedavno smo uveli Dolcelin ledeni desert koji je u kratkom vremenu postao pravi hit, a jako smo zadovoljni i prodajom Lero sirupa s kojom smo započeli prije nekoliko mjeseci i čiji su rezultati nadmašili sva očekivanja.

Vjerujem da smo i dalje prisutni na svim prodajnim mjestima od malih kvartovskih kioska do velikih trgovačkih lanaca?

Pokrivenost cijelog tržišta je odlična. Imamo dva načina rada – direktno s više od 1200 velikih kupaca i indirektno s ostalima, uglavnom malim dućanima koji posluju na nekih tridesetak kvadrata i koji imaju male narudžbe. Njihovu opskrbu prepustili smo mikro distributerima koji prema sporazumu opskrbljuju više od 4000 malih dućana. Veliki kupci s kojima radimo izravno donose nam preko 70 posto prodaje.

Nedavno ste zabilježili kadrovske promjene u svom poduzeću, došao vam je novi direktor marketinga...

Naš kolega Saša Gregurić s kojim smo radili šest godina detaširan je zbog hitnih potreba u Rumunjsku, a prije mjesec dana došao nam je Denis Krsnik. Mislim da je zbog svog pristupa, kooperativnosti, marljivosti, iskazanog interesa on za nas pravi pogodak.

Kakvo su Skopje i Makedonija bili kada ste došli ovdje prije 13 godina, a kakvi su danas?

Ima nekoliko pogleda na promjene. S pogleda poslovanja promjene su velike, ali sporije nego u Hrvatskoj koja se da-



Rajko Gospodnetić sa suradnicima ugostio je KUD Rudar Glogovac

leko brže razvijala. Iako je nestalo mnogo malih dućančića karakterističnih za makedonski način trgovanja, procesi okrupnjavanja trgovine još traju. Danas se u trgovačkim lancima ostvari svega 25 posto ukupnog prometa, to je daleko manje nego u Hrvatskoj i sličnim zemljama. No kada sam ja došao u Makedoniju uopće nije bilo trgovačkih lanaca. Velike su promjene i kod asortimana. Počeli smo s pedesetak proizvoda, a trenutno ih imamo 250. Tada nije bilo toliko konkurencije, sada je puno teže raditi, nego onda, treba se braniti od brojnih konkurenata, uvoditi nove proizvode. Nekada su vlasnici malih dućana dolazili sami u naše skladište, uzimali robu, danas svi očekuju da im tražene proizvode dostavimo na vrata i mi smo se tako organizirali.

Očito se Podravka dobro prilagođava tim promjenama, štoviše čini mi se da smo stalno korak ispred drugih...

Naš način rada, naša distribucija, usudujem se reći, najbolji su u Makedoniji. Sam sistem rada, izvještavanja, brzina prilagođavanja promjenama, pokrivenost terena prodajnom operativom, postavljanje K&A managera, kontrolora takvi su da nam ništa ne može pobjeći, u mnogo čemu smo lideri, znamo da su neke firme preuzele naš način podjele terena i distribucije, za prvih šest mjeseci jako smo se približili evropskom standardu koštanja distribucije koji iznosi šest posto. Mi smo na 6,05 posto što je dobar pokazatelj naše efikasnosti. Trenutno imamo 29 stalno zaposlenih, određeni

broj preko Dekre radi u skladištu i unapređenju prodaje. To je optimalan broj zaposlenih, odnosno njihov trošak uvijek nam je u korelaciji s rezultatima. Jako dobro pokrивamo fiksne troškove i to nam je prednost.

Podravka je po svemu što sam čula i vidjela poželjna kompanija za zapošljavanje, zar ne?

To je dobro zapažanje. Ovdje je česta uzrečica – ako dobiješ posao u Podravki to je jednako glavnom zgoditku na lutriji. Poznato je da je Podravka društveno odgovorna kompanija, korektna prema svojim zaposlenicima, s dobrim plaćama, sa svim plaćenim porezima i doprinosima što je rijetko u Makedoniji, zapravo uobičajeno samo kod većih i ozbiljnih kompanija. Zna se da se kod nas redovito isplaćuju Božićnica, regres za godišnji odmor, sva socijalna davanja. Stoga imamo pravo i puno tražiti od zaposlenika, oni su toga svjesni i pružaju

maksimalno. Imamo jednu vrlo snažnu, mladu, poletnu prodajnu ekipu, što se vidi i po visokim ocjenama koprivničkih kolega prilikom store checka. Tim pohvalama se ponosimo i nastojimo održavati pozitivne trendove bez prava na kiks.

A kad već spominjem da smo društveno odgovorna kompanija, moram istaći da to nije samo u slučaju naših zaposlenika nego i šire zajednice. Koliko god je moguće pomažemo djecu bez roditelja, domove za siročad, humanitarne udruge i za naše donacije primili smo brojne zahvale. Radujemo se što možemo pomoći i promociju Hrvatske u Makedoniji, pa smo tako dali i potporu gostovanju KUD-a Rudar iz Glogovca na Ohridu. Tako gradimo imidž Podravke o kojoj se priča kao o super kompaniji. Za uzvrat imamo zahvalnost i poštivanje mnogih ljudi, što samo potvrđuje da smo doista kompanija sa srcem.



Kontrolor prodaje Damir Sabolić i direktor marketinga Denis Krsnik na prodajnom mjestu

Spomen na profesoricu Zlatu Bartl

Piše: Jadranka Lakuš



Prije tri godine zauvijek nas je napustila naša draga profesorica Zlata Bartl. Njeno plemenito srce koje je godinama kucalo za Podravku i Koprivnicu prestalo je kucati 30. srpnja 2008. Voditeljica Podravkinog tima koji je izumio Vegetu, otišla je tiho, jednako kao što je i živjela. Zlata Bartl gotovo je cijeli radni vijek posvetila Podravki, u kojoj je posao pronašla javljajući se na oglas kojim je tražena kemijska tehničarka. Rodno Sarajevo u kojem je po završetku Mudroslovnog fakulteta u Zagrebu radila kao profesorica zamijenila je Koprivnicom i kako je uvijek naglašavala nikada nije zbog toga požalila. Koprivnicu i njene ljude jako je zavoljela, pa je i svoje roditelje potakla da se presele u Podravinu. Obožavala je šetnje koprivničkim ulicama, imala je „svoju stazu“ do Vinice, omiljena zabava bila joj je „ribičija“ na Šoderici, a kad joj narušeno zdravlje više nije omogućavalo kretanje, proučavala je knjige i zapise o Koprivnici. Najсреtnija je bila kada joj je ta ljubav bila i uzvraćena, pa je proglašenje za počasnu građanku prihvatila kao jedno od najvećih priznanja koje je dobila svrstavši ga uz bok

visokog odličja predsjednika Republike Hrvatske - red Danice s likom Nikole Tesle, zatim Zlatne kune za životno djelo Hrvatske gospodarske komore te spomenice Podravke za životno djelo iz 1987. godine. No kada je primala sva ta priznanja Zlata Bartl nikada nije isticala neke svoje osobne zasluge, nego je naglašavala da je bila dijelom Podravkinog tima. Prve dehidratizirane juhe lansirane na tržište 1957. godine, te danas planetarno popularni dodatak jelima koji je pod imenom Vegeta svjetlo dana ugledao dvije godine kasnije, plod su zajedničkog rada stručnjaka u razvoju i marketingu, te zaposlenih u proizvodnji i komercijali uvijek je isticala profesorica. Svoju viziju i stvaralačku energiju u tome, te u drugim procesima obogaćivanja Podravkine palete proizvoda podrazumijevala je kao nešto uobičajeno ili čak kao vraćanje duga kompaniji koja joj je omogućila da radi posao koji voli. Kada su se prije nekoliko godina pojavili napisi u novinama koji su pokušavali predočiti da je Zlata Bartl oštećena time što nije „patentirala“ Vegetu i što joj Podravka nije isplatila veliku naknadu, primjerenu u nekim drugim državama, profesorica je to s indignacijom odbijala. Ne treba meni nikakav novac. Najveće mi je priznanje i zadovoljstvo što je dobar proizvod - Vegeta - uz zalaganje komercijale, proizvodnje, tehničke kontrole i drugih službi postala veliki proizvod i što omogućava brojnim ženama širom svijeta da obogate jela koja pripremaju za svoje najdraže - znala je reći Zlata Bartl, ističući da je prve, a njoj najvažnije pohvale za „svoje“ juhe i Vegetu dobila od mame, inače za nju najbolje kuharice na svijetu. Neopterećenost novcem i slavam Zlata Bartl potvrdila je darujući svoje dionice Podravke zakladi koja je osnova-

na pod njenim imenom, a radi poticanja izvrsnosti kod studenata. Smatrala je da čovjek mora učiti cijeli život i da je ulaganje u znanje jedna od najisplativijih investicija. I sama je neprekidno obogaćivala svoje spoznaje, pa je za vrijeme radnog vijeka sudjelovala na brojnim seminarima, stručnim putovanjima, razmjenjivala iskustva s kolegama iz raznih dijelova svijeta, „gutala“ stručnu literaturu na pet jezika s kojima se koristila. Njene izjave citirale su brojne novine i časopisi, a većina potvrđuje da je profesorica Bartl bila veliki vizionar. Primjerice u tada najutjecajnijem jugoslavenskom ženskom časopisu „Svijet“ davne 1968. godine komentirala je mogućnost uvođenja kompjutera u uložnice. Između ostalog rekla je: Jedna od pretpostavki glasi: domaćica će telefonom nazvati supermarket, zamoliti će prodavača da kameru usmjeri prema izloženim gotovim jelima, pa će na ekranu aparata odabrati ono što joj se sviđa. Sve ostalo obaviti će dostavna služba trgovine i kompjutor u stanu koji će preuzeti kompletnu brigu o čuvanju dostavljenih jela i posluživanju uprogramiranog jelovnika. Međutim kreativnoj profesorici takva robotizirana budućnost koju je najavila nije se baš dopala pa je istakla sljedeće: Mislim da nauka, tehnika i prehrambena industrija moraju unaprijediti prehranu, da se brige i muke oko nabavljanja obroka moraju sveći na minimum, ali da i na tom području mora ostati dovoljno slobodnog vremena za izražavanje individualnosti, mašte, šarma i dosjetljivosti. Zlata Bartl govorila je to u vrijeme kada kućanski računari još nisu bili ni konstruirani. Jer jednostavno bila je ispred svog vremena. Vremena kojem je udarila pečat značajniji nego što smo toga i svjesni. Hvala Vam profesorice!

Akcija „Darivaj za život“

U Podravkinoj tvornici Juha i Vegete na Danici organizirana je drugi put ove godine vrlo uspješna akcija dobrovoljnog davanja krvi. Gradsko društvo Crvenog križa Koprivnice u sklopu ovogodišnje akcije „Darivaj za život“ od 65 je Podravkaša prikupilo najdragocjeniju tekućinu. Organizatori nisu krili zadovoljstvo odazivom radnika Podravke na dobrovoljno darivanje krvi. Za sve Podravkaše koji su darovali krv organizirana



je i prigodna okrepica. Sljedeća akcija u našoj kompaniji prema kalendaru akcija darivanja za ovu godinu biti će u kolovo-

zu na mesnoj industriji Danica, u rujnu u Belupu, te ponovno u ovoj sredini u studenom. (V.I.)

Ususret Danu rajčica

Briga za kvalitetnu sirovinu i humanost isprepleteni u Podravkinom srcu

Piše: Jadranka Lakuš
Foto: Berislav Godek

Ovogodišnja kampanja berbe i prerade rajčice prema procjenama Podravkinih stručnjaka za poljoprivredu bit će najbolja u posljednjih deset godina. Rajčicom je zasade no više površina nego lani, a posebno raduje da su naponi u proširenje kooperantskih odnosa rezultirali uključivanjem novih proizvođača u južnom dijelu Istre. Proizvodnja rajčice pokrenuta je u kaznionici Valtura na čijih je 10 hektara rajčica zasijana po prvi puta, te u Ližnjanu gdje se u ovom projektu okupilo nekoliko proizvođača koji su na korištenje dobili zapušteno vojno zemljište. Računa se da će s juga Istre u umašku tvornicu pristići gotovo četvrtina ukupne količine predviđene za otkup, koji će, ako vrijeme posluži premašiti 8000 tona. Prihvat i prerada rajčice početa je 25. srpnja, ranije no obično, što zbog suše, a što zbog razvoja sortimenata koji

dospijevaju za raniju berbu i tako omogućavaju duži i efikasniji otkup rajčice. Naime Podravka godinama pomaže proizvođačima rajčice u unapređenju njihove proizvodnje kako bi u konačnici dobila što kvalitetniju sirovinu za cijelu paletu proizvoda na bazi ovog crvenog zlata. O novim dostignućima, te iskustvima u proizvodnji rajčice bit će riječi i na tradicionalnom stručnom skupu koji će se u sklopu Dana rajčica održati u Umagu 4. kolovoza. Tu će se usto dodijeliti priznanja najboljim proizvođačima rajčice, koji će se zatim s brojnim posjetiteljima provešeliti na Fešti od rajčica. Ovu tradicionalnu humanitarno-zabavnu priredbu već godinama zajednički organiziraju Podravka, Turistička zajednica grada Umaga i Grad Umag i ona uobičajeno privlači nekoliko tisuća zaljubljenika u dobru hranu i zabavu koji su usto spremni donirati svoj novac za neku plemenitu svrhu. Ove godine prikupljat će se novac za djecu s poseb-

nim potrebama u Gradu Umagu, pa je za očekivati da će svih 5000 porcija jela s Podravkinim proizvodima od rajčice koje će pripremiti promotori kulinarske uz pomoć kolega iz Hrvatskog kuharskog saveza, naprosto planuti. Tim više što će na glavnom umaškom trgu vladati dobra atmosfera za koju će se pobrinuti umaške mažoretkinje, istarski glazbeni sastavi, te kao posebni gosti Gruntovec bend iz Podravine. Za posjetitelje će biti priređene i nagradne igre, birat će se najveća rajčica u Hrvatskoj, a Studena će ponuditi ledeno osvježnje.

Organizacijom Dana rajčice Podravka potvrđuje svoju socijalnu odgovornost prema lokalnoj zajednici izuzetno zainteresiranoj za unapređenje proizvodnje rajčice i zadržavanje njene prerade u Podravkinjoj tvornici Povrće u Umagu. Unoseći u Feštu humanitarnu notu pokazuje da kao kompanija doista postupa uvijek sa srcem.



Umaški trg prepun je turista kada Podravka organizira feštu od rajčica

Biti na moru su gušti koji se ne mogu platiti

Piše i foto: Boris Fabijanec

Već tradicionalno početkom kolovoza pa sve do petnaestoga za većinu radnika Podravke je kolektivni godišnji odmor kojega će, barem ovi anketirani provesti na moru. Isto tako, neki od njih su već bili na godišnjem pa su nam prenijeli svoje impresije.

Andrija Tišljarić, recepcioner:

- Ove godine sa suprugom idem u Baško Polje kod Makarske. Bit ćemo u hotelu smješteni na bazi polupansiona sedam dana, a taj aranžman sam uplatio još u proljeće kada se ta turistička kuća reklamirala u našim novinama. Boravak ću otplatiti u 10 rata. Inače, po prvi puta idemo tamo jer volim svake godine promijeniti destinaciju ljetovanja, tako da sam do sada bio od Pule, Opatije, Vodica, Filip Jakovu, Zadru, Viru i eto sada najjužnije, u Baško Polje. Mislim da ćemo imati dosta novaca za ljetovanje jer smo ipak dobili dobar regres, a kroz 10 rata otplate boravka, to se i neće toliko osjetiti na plaćama.



Boris Samaržija, direktor Prodaje regija sjeverozapadna Hrvatska:

- U Prodaji Hrvatska ne vrijedi baš pravilo kolektivnog godišnjeg odmora jer se mi moramo organizirati prema potrebi posla pa sam ja tako već dio godišnjeg odmora iskoristio. S porodicom sam bio od 27. lipnja do 7. srpnja u Drveniku – Gornja Vala i to je to što se tiče ljetnog dijela godišnjeg odmora, a drugi dio ću potrošiti negdje u jesen kada će trebati ljudima pomoći oko poljoprivrede i vinogradarstva. Inače, biti u Drveniku u tzv. predsezoni je izvanredno, mir Božji, sve do 2. srpnja kada na plaži već u 10 sati ujutro nisi imao gdje staviti ručnik. Naime, tada se je tamo pojavio prvi, značajniji val turista. Bili smo smje-

šteni u hotelu na bazi polupansiona, a s obzirom da je moja supruga rezervirala taj termin u zimi, onda smo dobili i dosta popusta na smještaj. Inače, išli smo na kupanje u Tučepi i Gradac i stvarno nam je bilo super. Također, iznenadilo me i to što cijene nisu tako paprene. Primjerice, pivo je 14 kuna, a sokovi su bili od 10 do 12 kuna. Uz to, turistički djelatnici su se znatno potrudili ove sezone pa smo tako imali prigode vidjeti dnevnu akciju tipa kava i bogati kolač po izboru za 15 kuna. Najvjerojatnije zbog toga što je ipak to bila predsezona, ali definitivno je Jadransko more i općenito obala na jugu posebno po ljepoti i čistoći, a i ljubaznim domaćinima.

Branko Takač, direktor Podravkinog ugostiteljstva:

- Od 8. do 18. kolovoza sa porodicom idem u Starigrad Paklenicu, gdje ćemo biti u iznajmljenom apartmanu. Ovo je drugi puta da idem tamo jer smo inače godinama odlazili u Pakoštane, ali ove godine nije više bilo mjesta kada sam htio rezervirati. Malo mi je žao zbog toga, ali opet i u Starigrad Paklenici je jako lijepo. Naime, s obzirom na to da ću ja tamo biti glav-

ni kuhar, veseli me što postoji jedna mala ribarnica, gdje je svaki dan na ponudi svježja riba. Dakle, što se tijekom dana i noći ulovi, to je na ponudi i to po vrlo prihvatljivim cijenama. Prošle godine je kilogram različite ribe bio po 30 kuna. To je super cijena i mislim da će moja žena, klinci i ja ove godine doći na svoje po pitanju morskih delicija.



Moreno Juriša, skladištar:

- Od 1. do 15. kolovoza bit ću dva tjedna na Rabu kod cure koja tamo radi i ima iznajmljeni stan. Inače, dosadašnje godišnje sam manje-više provodio kod bake u okolici Sinja – Hrvace te od nje išao u Split i okolicu na kupanje. Ovogodišnji aranžman kod cure mi posebno odgovara jer, osim što ćemo konstantno dva tjedna biti zajedno, kako se ono kaže – baš i nisam pri penezima. Dakle, potrošit ću samo na put, a tu mi posebno smeta visoka cijena trajekta. No, što se tu može. Bitno je biti na moru i uživati u ljepotama Jadrana i to još u društvu voljene osobe. Ipak su to gušti koji se ne mogu platiti.



Kruno Kreš, skladištar:

- Zbog specifičnosti programa u kojemu radim, a riječ je o zamrznutom programu, ove godine ću krenuti na godišnji 16. kolovoza i sa porodicom ću otići sedam dana u Sabunike. Tamo odlazimo već treću godinu zaredom i već smo se s tamošnjim ljudima gdje iznajmljujemo apartman prilično sprijateljili. More je lijepo, domaćini gostoljubivi pa se tu baci koja riba na gradele, potom meso, popije dobro vino i sve u svemu, uživancija. Također, smatram da je more vrlo važno za klince jer tek se u zimi vidi koliko je more zdravo. Naime, djeca nisu toliko sklona virozama i prehladama kao dok nisu bila na moru. Ostatak godišnjeg odmora utrošit ću na rad u goricama koje imam u Draganovcu. Gorice nisu velike, ali mene vesele.



Robert Ostriž, referent:

- Ove godine kao uostalom već nekoliko godina zaredom sa obitelji idem kod prijatelja u apartman na Murter u Betinu. Evo, krećemo upravo danas, kada izlaze naše novine. Betina je jedno mirno, malo ribarsko mjesto gdje nema puno prometa sa lijepim plažama. Tamo ćemo biti dva tjedna i nadam se da će nam biti lijepo kao i prijašnjih godina jer se već osjećamo kao domaći. Osim mora i sunca koji puno znače za našu djecu, uživat ćemo i u morskim delicijama te dobroj kapljici jer Betina je zaista mjesto u kojemu su ljudi velikog gostoljubivog srca i zaista su srdačni domaćini. Uz to, planiramo otići na nekoliko izleta, među kojima je neizostavan prema Kornatima te posjetiti Zadar tijekom manifestacije Noć punog mjeseca, a i Vodice. Sve u svemu, uspjeli smo uštedjeti nešto novaca i mislim da će nam biti dovoljno da uživamo u godišnjem odmoru.



Kroz ovu malu anketu vidimo da mnogi Podravkaši žele i ići će na more pa bez obzira što će to more plaćati daljnjih nekoliko mjeseci. No, žao mi je što su brojni radnici koje sam htio anketirati vješto izbjegavali temu o godišnjem odmoru, a neki su čak, gotovo se srameći, priznali da ne mogu sebi i svojoj porodici već godinama priuštiti boravak na moru jer kao što je Moreno rekao – nema se penez. No, isto tako su naglašavali kako i u Podravini postoje lijepa mjesta za odmor i osvježanje poput Šoderice, Čingi-Linjgija, Drave na čuvenoj legradskoj Copacabani kod Halaš Čarde itd. Inače, kroz formalni, a i neformalni dio ove ankete gotovo svi radnici su zadovoljni regresom, a za more će ipak pričekati bolja vremena. Do onda tražit će osvježanje na već rečenim destinacijama, ići u lov i ribolov, družiti se s pajdašima po goricama te toplo se nadam, nakon kolektivnog se punih baterija vratiti na radno mjesto u Podravku.

Umagu i Istraturistu Podravka je više od poslovnog partnera

Umag je ovih dana poprište vrhunskoga tenisa, mnoštva događanja i u znaku Podravkine prirodne izvorske vode Studene čije ime turnir nosi već šestu godinu. Naime, 21. srpnja počelo je 22. izdanje umaškog ATP turnira Studena Croatia Open koje će trajati do kraja ovoga mjeseca. Procjenjuje se kako će kroz grad proći na desetine tisuća ljudi, a ono što je najvažnije putem malih ekrana Umag će biti u domovima čak više od 400 milijuna gledatelja u 70-ak zemalja svijeta. Naime, tenis će se pratiti kroz ATP Show kojega potencijalno gledaju milijuni ljubitelja tenisa. Podravka je kao društveno odgovorna kompanija važnost teniskog turnira

prepoznala od samih njegovih početaka, a Studena se veže samo uz vrhunski sport i sportaše. Potonjih ovih dana u Umagu ne nedostaje, a osim najvećih hrvatskih teniskih imena poput Ivana Ljubičića, Marina Čilića, Ivana Dodiga, tu je i španjolac Juan Carlos Ferrero, inače lanjski pobjednik. Direktor turnira Vanja Božićković kaže kako bi bilo sjajno da najdugovječniji hrvatski teniski turnir konačno dobije hrvatskog pobjednika. Podsjetimo, jedini put to je ostvario Goran Prpić i to 1990. godine. Osim uživanja u vrhunskome tenisu, posjetitelje Umaga ovih dana očekuje i mnogo glazbenih te gastronomskih događanja. Svakoga dana nastupaju poznata DJ imena, te

pjevači, a spektakularan koncert održala je i operna diva Mònserrat Caballé. Kad je o gastronomskoj ponudi riječ, predstavljaju se poznati istarski, ali i svjetski restorani, dok Podravkini promotori kulinarstva za Podravkine goste svakodnevno pripremaju iznenađenja, a za sve posjetitelje svakodnevno se rade degustacije. Predsjednik Uprave Podravke Miroslav Vitković, prilikom posjeta umaškoga gradonačelnika Vilija Bassanesea te predsjednika Uprave Istraturista Željka Kukurina Podravki, naglasio je kako je odavno Podravka prestala biti tek sponzor turnira jer poslovni odnosi koje ima s gradom Umagom i Istraturistom partnerstvo je građeno godinama. (D.J.)



Uprava Podravke na sastanku s predsjednikom Uprave Istraturista i gradonačelnikom Umaga

Foto: B.G.

Studena vodi u London Anu Glavaš



Na Facebook na stranici Studene održan je nagradni natječaj pod nazivom „Studena te vodi u London“. U svakom od četiri kruga natječaja nagrade su bili Studena poklon

paketi (majice i čaše s potpisom Blanke Vlašić, Studena voda), a glavna nagrada je paket aranžman za dvije osobe - odlazak na atletsko natjecanje Dija-mantne lige u London, 5. i 6. kolovoza

2011. Sudionici natječaja osim što su se nadmetali u znanju i brzini u kvizu, tražilo se da kreiraju maštovitu poruku na temu „koga bi sa sobom vodili u London“. Odaziv na natječaj bio je izuzetno velik tako da su nagrade podijeljene u gotovo sve krajeve Hrvatske. Dobitnica glavne nagrade je Ana Glavaš iz Zagreba, a osim brzine i točnosti, nagradili smo i njen veliki trud u igranju kviza te kreativnost kod pisanja poruke! Ana nije krila oduševljenje nakon primitka obavijesti o osvajanju nagrade: „Zahvaljujem na čestitkama i lijepim željama. Veselim se putovanju i prisustvovanju mitingu s našom Blankom i Studenom“. U London Ana je odlučila povesti svog dečka Tomislava iz Karlovca, a po povratku iz Londona poslat će nekoliko fotografija s ovog zanimljivog putovanja.

Prodaja jabuka i šljiva

1. OTKUP SVJEŽE INDUSTRIJSKE JABUKE

Podravka d.d. će za potrebe svoje Tvornice voća vršiti otkup svježe industrijske jabuke. Otkup počinje **16.08.2011.** i trajati će do otkupa potrebnih količina. Prijem jabuke vrši se svakog dana (osim subote i nedjelje) od **07.00 do 14.00** sati. Cijena **0,65 kn/kg** dovezeno i istovareno u krug u tvornice Voće.

Plodovi moraju biti čisti, zdravi i bez stranih primjesa. Truli i natruli plodovi se neće preuzimati. Plaćanje u roku 60 dana preko štedne knjižice ili tekućeg računa otvorenog u Podravskoj banci.

Za sve dodatne informacije obratite se na telefon **048 651 332** ili **048 653 038**.

2. OTKUP SVJEŽE ŠLJIVE

Podravka će za potrebe svoje Tvornice voća vršiti otkup svježe šljive Bistrice i sorte slične Bistrici. Otkup počinje **22.08.2010.** Prijem šljive vrši se svakog dana (osim subote i nedjelje) od **07.00 do 14.00** sati. Cijena **2,30 kn/kg** dovezeno i istovareno u krugu Tvornice voća. Različite sorte moraju biti odvojene.

Plodovi moraju biti čisti, zdravi i bez stranih primjesa. Truli i natruli plodovi se neće preuzimati. Suha tvar mora biti minimalno 17% (moguća provjera uzoraka prije dovoza u Tvornici voće), ako je suha tvar niža od tražene šljiva se neće preuzeti. Plaćanje u roku od 60 dana preko štedne knjižice ili tekućeg računa otvorenog u Podravskoj banci.

Za sve dodatne informacije obratite se na telefon **048 651 332** ili **048 653 038**.



*Novo u ponudi
Pivnice Kraluš*

Za sve Vas koji želite uživati u gastronomskim novotarijama, pripremili smo posebnu „Ljetnu ponudu“, čiji okusi Vas neće ostaviti ravnodušnim...

Preporučamo da probate iz ljetne ponude:

- Podravska salata
- Salata s piletinom
- Marinirana piletina
- Pivnička plata
- Jeger u vinu
- Trganci sa špekcom
- Trganci sa vrhnjem

Nudimo mogućnosti organiziranja poslovnih ručkova, svadbi, krizmi, pričesti, u ugodnom ambijentu gdje će Vas uvijek dočekati ljubazno osoblje Pivnice Kraluš.

*Dobar tek Želi Vam
Osoblje Pivnice Kraluš*

PODRAVKIN RESTORAN

JELOVNIK ZA SRPANJ

16.08.2011. utorak

Varivo na seljački, kobasica bilogorska, voće

17.08.2011. srijeda

Pečena svinjetina, krpice sa zeljem, salata

18.08.2011. četvrtak

Junetina na lovački, tijesto, salata

19.08.2011. petak

Mađarski gulaš, kolač

22.08.2011. ponedjeljak

Vsrivo grah vojnički, salata

23.08.2011. utorak

Pileći paprikaš, pirjana riža, salata

24.08.2011. srijeda

Samoborski kotlet, krumpir slani, salata

25.08.2011. četvrtak

Umak bologneze, tijesto špagete, salata

26.08.2011. petak

Pohani oslić, kelj na lešo, salata

29.08.2011. ponedjeljak

Varivo grah s tijestom, kuhani hamburger, salata

30.08.2011. utorak

Đuveđ, rizi-bizi, salata

31.08.2011. srijeda

Pohana puretina, pirjano povrće, salata

01.09.2011. četvrtak

Junetina sa šampinjonima, kukuruzni žganci, salata

Likeri sa slatkim, likeri sa slanim

Teško je odlučiti da li liker najbolje od sebe daju u koktelima ili slasticama. No u slanim jelima svakako su alternativnija varijanta od na primjer vina. Zbog svog karakterističnog okusa mogu se ne svidjeti mnogima.

Svinom se može kuhati sve, od rižota, preko ribe i mesa, do deserta. Na njegov okus smo navikli, pronašli smo točne omjere i vrste. Vino kao sastojak u slanim i slatkim jelima nas ne iznenađuje. Likeri su slađi, gušći i okusom karakterističniji od vina i njihovo korištenje u kuhinji je ograničenije i svakako odvažnije.

Likeri se prije svega koriste u koktelima. Ako zavirimo u Međunarodni registar koktela, otkrit ćemo da oni nisu tek tako na licu mjesta smućkane kombinacije, već znalački odabrani sastojci, pomiješani u točno određenim omjerima. Svaki koktel je registriran pod imenom i objašnjen jednadžbom koliko-čega. U tom registru piše da je jedan od najkorištenijih likera za pripremu koktela Cointreau, osnovni sastojak Margarita (uz tequilu), Cosmopolitana (uz votku), Between the Sheets (uz rum i brandy). Ne zaostaje ni Kahlua, koju treba dodati u pripremi Black Russians (uz votku), White Russians (uz votku i slatko vrhnje) te B52 (uz Baileys i Grand Marnier, koji se ne miješaju, već polako ulijevaju u čašu stvarajući raznobojne slojeve). I Angostura je liker koji se vrlo rijetko pije samostalno, dok je istovremeno dijelom slavnih koktela poput Manhattan (uz whiskey i crveni vermut) te manje poznatog Cyprusa ili kako ga neki zovu Brandy Sour (uz ciparski brandy i sok od limuna). Ima likera koji nikad ne bi stekli slavu da nisu postali dijelom određenih koktela. To je primjer likera

Galliano, čiji je okus, pomiješan s votkom, '50-ih godina osvojio Sjedinjene Države. Tada su svi pili Harvey Wallbanger. Liker od breskve bi vjerojatno bio bliskiji slastičarima nego barmenima da nije koktela nezaboravnog naziva Sex on the Beach, u kojem se miješa s votkom. Grasshopper je pak neobičan koktel od vrhnja i likera od metvice, koji svojom bojom opravdava svoje ime.

Teško je odlučiti da li liker najbolje od sebe daju u koktelima ili slasticama. Slatki, mirisni, raznobojni. Neki deserti neizostavno traže određeni liker, kao što je slučaj s talijanskom "zuppom inglese" koja se priprema uz obavezno i jedino liker Alkermes, koji joj daje posebnu aromu, ali i crvenu boju. Istu boju prepoznajemo i na poznatim breskvicama, kada želimo izbjeći umjetnu boju za jelo. Kirsch, liker od trešanja, obavezan je u pripremi Schwarzwald torte. Kada sam ga nedavno kupovala, gospođa u dućanu alkoholnih pića me pogledala ispod oka i upitala "Black Forest"? Kao da se za ništa drugo i ne koristi. Amaretto se upotrebljava kod pripreme krema i semifredda s okusom badema. Naš Maraskino daje sasvim novi okus voću, pogotovo u toplijim danima, kada ga dodamo dinji, ananasu, jagodama, može i miješanoj voćnoj salati te vratimo na kratko u hladnjak. Limoncello se koristi za natanje biskvita u kolačima s limunom, napuljskom slasticom baba', kao i u žutoj, agrumskoj verziji tiramisua. Fran-

cuski Cointreau i Grand Marnier sa svojim voćnim okusom i mirisom također služe za torte, ali i pripremu krema od voća i čokolade te kreme od jaja, po naški "zavajuna". A kako među slasticama preskočiti Griotte? Čokoladni bomboni koji u središtu imaju "griottines", slavne divlje francuske trešnje, i liker, u nekim slučajevima Kirsch, u drugim Cointreau. Čokoladni deserti osim likera s narančama, "vole" i one s kavom, poput Kahlue, koju često stavljaju u browniese.

Likeri u slanim jelima svakako su alternativnija varijanta od na primjer vina. Zbog svog karakterističnog okusa mogu se ne svidjeti mnogima. Pa ipak, i kod slanih jela ima "likera jockera", poput onoga od anisa, koji se koristi u mnogim nacionalnim kuhinjama. Kod pripreme kestenja, ali i kod telećih odrezaka, uz stapke celera i limun, dok se u grčkoj verziji tradicionalni liker od anisa "ouzo" koristi za pripremu pilećih prsa.

Neki inventivniji kuhari vole staviti pola čašice likera i u umak za tjesteninu, kao što je slučaj s Cointreom u pripremi špageta s narančama i inćunima.

I za kraj, na jednoj web stranici sam pronašla neobičan recept u kojem se liker koristi u pripremi ribe. Pod naslovom "Skuše s likerom od mrče ili mirte" kriju se očišćene skuše stavljene u pećnicu i prelivene umakom od maslinovog ulja, češnjaka i likera od mirte. Deset minuta na 200°C.



Kuhar Marija Denžić preporučuje:

Svinjetina u umaku od jabuka Namirnice za 12 osoba:

- 1,8 kg svinjski frikando
- 0,5 kg jabuka
- 2 dcl crnog vina Merlot
- 1 crveni luk
- 5 dag maslaca
- papar, sol
- 2 žlice senfa Podravka
- 1 žličica smeđeg šećera
- 5 lista kadulje
- 4 žlice poprženih lješnjaka
- 1 dcl Acetta balsamica
- 3 žlice SMS maslinovog ulja

Pohani šampinjoni

- 1,2 kg šampinjona
- 2 jaja
- 6 dag brašna Podravka
- 1 dcl mlijeka
- 1 dag soli
- ulje za prženje

Žličnjaci od sira

- 1 kg sira, svježeg kravlje
- 0,5 kg brašna Podravka
- 8 jaja
- 24 dag rastopljenog margarina
- sol

Priprema:

Meso oprati, osušiti i narezati na odreske. Odreske narezati na trake i oblikovati u pletenice. Oblikovane pletenice nasoliti, popapriti, premazati senfom, maslinovim uljem i listovima kadulje te ih staviti u aceto balsamico i preko noći marinirati.

Marinirane odreske naglo propirjati s obje strane na vrućem maslacu. Odreske maknuti i na to dodati luk te očistene i na ploške narezane jabuke i vino, te pirjati. Zatim vratiti odreske i još sve zajedno pirjati dok ne omekšaju. Gotove odreske maknuti a umak izmiksati, po potrebi zgusnuti Gusnelom i poslužiti. Na tanjur staviti umak, a preko njega odrezak posipan prženim lješnjacima i ukrašen listom kadulje. Kao prilog mogu se poslužiti pohani šampinjoni i heljdini žganci ili žličnjaci od sira.

Pohani šampinjoni

Šampinjone oprati i odrezati donji dio nožice. Od jaja, brašna, mlijeka i soli napraviti smjesu. Šampinjone namočiti u smjesu, ocijediti i pržiti u vrućem ulju. Kad dobiju boju starog zlata, izvadimo ih na papirnati ubrus da se ocijedi višak ulja. Poslužiti tople.

Žličnjaci od sira

1 kg sira propasirati, dodati jaja, brašno, sol i na kraju rastopljeni margarin. praviti žličnjake i lagano kuhati u slanoj vodi.



Gdje ste i kada stekli prvo iskustvo u kuhanju i po čemu ga najviše pamтите?

Od djetinjstva volim kuhati. Moje prvo iskustvo u kuhanju bilo je pripremanje kolača, kiflica od oraha. Najviše ih pamtim pa raznim oblicima

Koje je vaše najveće dosadašnje priznanje, uspjeh?

2006. na državnom prvenstvu kuhara u Opatiji prvo mjesto u slasticama
2007. na natjecanjima hrvatskog kuharskog kupa osvojeno prvo mjesto u slasticama, i drugo mjesto u ukupnom poretku. 2010. sudjelovala na Expogastu, jedanaestom Međunarodnom sajmu gastronomije, u Luksemburgu, kao članica regionalne kulinarske ekipe Grada Zagreba, Varaždinske i Međimurske županije gdje je osvojeno treće mjesto. Sudjelovala na prezentacijama hrvatskog kulinarstva u Bratislavi, Budimpešti i Varšavi.

Koja jela najviše volite pripremati i za koga?

Najviše uživam u pripremi hladnih predjela i deserta.

Bez kojih namirnica /začina ne možete zamisliti dan u kuhinji?

Najdraža namirnica pileći file, sirevi,



lješnjaci, marmelada od brusnice, bučino ulje, Vegeta mediteran, sjeckana rajčica, peršin.

Preferirate li modernu ili tradicionalnu kuhinju... zašto?

Volim tradicionalnu kuhinju ona je ipak kuhinja našeg kraja, kao i namirnice koje su nama prihvatljivije, prepoznatljive. Ovu kuhinju volim pripremati i na moderan način.

Koju svjetsku kuhinju smatrate najzanimljivijom.....zašto?

Najviše me fascinira francuska kuhinja, jer je ona kolijevka kulinarstva i temelj svake dobre kuhinje.

Vaš idealan ručak ili večera...od predjela do deserta?

Moj idealan ručak je vegetarijanski meni:

TANJUR JESENI (vegetarijansko predjelo od heljde i leče s umakom od koprive)
SVITAK OD SEJTANA (s prilogom od žitarica i povrća)
SLASTICA OD BUČE I MRKVE

Vaš savjet početnicima u kuhinji?

Početnicima u kuhinji savjetujem da vole svoje zanimanje, da su uporni u radu, koriste što više savjeta od svojih starijih kolega te svakako sudjeluju na kulinarskim natjecanjima.

Petr Šedivy, regionalni menadžer prodaje Podravka Češka

Ponosan sam što sam dio tvrtke čiji je simbol -

Piše i foto: Boris Fabijanec



Od 1.500 kandidata koji su se u ljeto 1995. godine javili na Podravkin natječaj za prodajnu operativu u Češkoj, jedan od njih bio je i Petr Šedivy. On i još petorica su izabrani te su ubrzo i pozvani na sedmodnevnu edukaciju u Koprivnicu, gdje su detaljno upoznati s potencijalima naše tvrtke. I nakon gotovo šesnaest godina Petr ne zaboravlja te dane i kaže:

-Samo putovanje u Koprivnicu bilo je nezaboravno. Naime, pokvario nam se automobil negdje u Slovačkoj pa smo se gotovo 300 kilometara šlepali. Uz to, tadašnji direktor Češke Davor Švarc nam je dao novac za troškove, a mi još praktički nismo niti radili za Podravku. No, kada smo napokon došli do Koprivnice te upoznali Podravku i Podravkaše, shvatili smo što i koliko ta tvrtka znači svima nama. Takvo gostoprimstvo, srdačnost i otvorenost nikada prije i nikada kasnije nisam upoznao. Zbog svega toga, a i kroz sve ove godine provedene u Podravki tvrtku izuzetno cijenim, poštujem i s velikim srcem radim za nju.

Petr je počeo raditi kao unapređivač prodaje i onda nekada klasičnim prodajnim postupkom, a to znači proći kroz sve prodajne segmente, dakle od unapređivača, putnika do regionalnog menadžera prodaje, Petr sa pet putnika danas pokriva u retail programu tzv. češki dio tržišta. Naime, u Češkoj se tržište dijeli na moravski i češki dio. Govoreći o trgovini u Češkoj prije 15, 16 godina i danas, Petr je naglasio:

-Tada gotovo da i nije bilo velikog trgovačkog lanca, bile su tzv. male nezavisne trgovine i tada je najvažnija bila dobra suradnja s veleprodajama. Paralelno s tim radilo se na kupovanju tržišnog udjela, širenju prodajnog asortimana proizvoda, vječitij borbi s konkurencijom te općenito jačanju pozicija Podravke u Češkoj. Dolaskom velikih trgovačkih lanaca na žalost gubimo bitku s konkurencijom koja je imala znatnija financijska sredstva za kupovanje pozicija na policama te odustajemo od proizvodnog programa juha. U retail programu danas u Češkoj prodajemo Vegetu pod brandom Podravka, ajvar, mixeve te proizvodni program Lagrisa – rižu, grahorice i tjesteninu.

Kakvi su prodajni rezultati u vašoj regiji?

-Moj tim ostvaruje rezultate u planskim okvirima, ali uvijek se može više i bolje. Smatram da bi možda trebalo više uložiti u marketinško-medijske aktivnosti vezane za daljnju promociju potentnih Podravkinih proizvoda u Češkoj jer time bi sigurno i prodajni rezultati bili bolji. Činjenica je da je teško držati korak s velikom konkurencijom koja je na našem tržištu. Smatram da smo dobro krenuli s novim proizvodima jer i konkurencija u tom segmentu je sve agresivnija, stalno nudi nešto novo pa i mi moramo biti inovativniji, prilagođavati se potrebama tržišta i potrošača

Petr, što za vas znači raditi za Podravku?

-Kroz sve ove godine koje radim za Podravku smatram da sam definitivno postao veliki Podravkaš i vrlo sam emotivno vezan za tvrtku i njezine ljude. Zahvalan sam svim ljudima koji su bili prije i danas koji vode tvrtku u Češkoj na tome što sam uspio izgraditi uspješnu poslovnu karijeru jer radeći za Podravku, nisam samo profesionalno, već sam i ljudski napredovao. Mislim da je uspješna kombinacija rada u Podravki profesionalno-emotivni pristup poslu i tvrtki za koju radiš. Ponosan sam što sam dio tvrtke čiji je simbol – srce – rekao je na kraju razgovora Petr Šedivy.



Podravkina umirovljenica Anica Desnica – najbolja volonterka Svim srcem vjerujem u Podravku i njezine ljude jer Podravka je obitelj koja mora opstati

Piše: Vjekoslav Indir
Foto: Berislav Godek



Najboljom volonterkom za prošlu godinu nedavno je proglašena Podravkina umirovljenica Anica Desnica. Oni malo stariji sjećaju je se iz vremena kada je radila u Podravki. Dinamična, radišna i nesebična je osoba koju umirovljenje nije nimalo zaustavilo u njezinom daljem društvenom angažmanu, a posebice u pomaganju drugim ljudima. Kada joj dozvoljava vrijeme pjeva u „Mariškama“, bavi se ručnim radom, voli pročitati dobru knjigu i sa suprugom u Vlaislavu održavati mali ranč s vinogradom. Najdraži hobi joj je kako sama kaže, unuk. Najviše se je pak može sresti u gradu na biciklu njezinom najdražem „Mercedesu“.

-Sad će biti skoro punih deset godina kako sam izvan Podravke. Otišla sam s mjesta stručnog suradnika u Ljudskim potencijalima. Meni je to vrijeme strašno brzo prošlo. Podravka, je naravno

moja Podravka još uvijek, u njoj sam provela dvadeset i pet godina. Od pivo-vare, voća i povrća, industrije hrane do nekadašnje kadrovske službe ili ljudskih potencijala. Kako sam u svojim mlađim godinama otišla u punu mirovinu nisam osjetila prekid svojih aktivnosti već sam doslovce otišla u aktivnu mirovinu. Od prije sam aktivna u Crvenom križu tako da se ta moja aktivnost nastavlja i dalje mogu reći još i više no prije. Unatrag sedam godina angažirala sam se na obnovi rada Društva „Naša djeca“ gdje sam i tajnik. Drugi mandat sam član Gradskog vijeća Grada Koprivnice. Tu sam članica i niza odbora i tijela Gradskog vijeća. Prema tome, imam jako puno aktivnosti gdje svaki dan nešto odrađujem, tako da nemam osjećaj da sam stavljena u mirovanje.

Kada smo i čekali susret s Anicom morali smo čekati kako bi završila sjednica koordinacionog odbora projekta Zdravi grad. Često je, kako je aktivna od rano-jutarnjih sati, ljudi pitaju da li to još uvijek ide na posao.

-Da, pitaju me ti negdje radiš? Odgovaram im da radim, ali mi ne ide u radni staž. Aktivna sam svih ovih godina, tako da niti ne osjećam da sam u mirovini osim iznosa mirovine koji primam. Aktivnosti mi ne fali.

Za sve te aktivnosti Anica je dobivala i niz društvenih priznanja.

-Zadnje priznanje je od Crvenog križa u povodu sto i trideset godina ovog društva u Koprivnici za preko trideset godina mog rada u Društvu. Prije toga sam dobila i priznanja koje mi je izuzetno drago, a koje nije priznanje samo meni već i mnogim dobrim ljudima koji nesebično rade za boljitak drugih a da pri tome ne očekuju korist za sebe, a to je nagrada „Naj vol“ za 2010 godinu. Bez obzira što neki osuđuju naziv ove nagrade, ja sam počašćena njome, posebice kada sam je dobila u konkurenciji više ljudi i

ona kod mene doma zauzima počasno mjesto. Veliko mi je to priznanje posebice jer su mi je dodijelili i mladi i stari. Veliko priznanje i kao umirovljeniku mi je bilo to što sam izabrana u Gradsko vijeće, ali i uopće što me je netko i želio predložiti da se toga prihvatim. Shvatila sam da je to priznanje za moj dosadašnji rad ali i poticaj da mogu još nešto dobro i kvalitetno uraditi. Jedan mandat sam bila i predsjednik gradskog odbora za gospodarstvo, grada i zaštitu okoliša. Anica je i kroz svoj radni vijek, ali i sada u mirovini nastavila tako raditi s ljudima morali smo je pitati odakle potiče ta ljubav.

-To je jednostavno u meni, čovjek se jednostavno rodi s time ili ne. Jednostavno meni je sasvim normalno ako se treba s djecom maskirati da to učinim, volim biti s ljudima i ako mogu nekome nešto uljepšati, poboljšati čini me sretnom još više. Tako mi nije ispod časti bilo ni kada se je počela graditi pučka kuhinja da kopam temelje i u tačkama vozim zemlju zajedno s ostalim članovima odbora.

Uz sve te obveze koje danas ima Podravku nije zaboravila i uvijek joj je kako kaže pri srcu.

- Podravka je obitelj koja mora opstati. Podravka ne hrani samo one koji u njoj rade. Ona hrani sve njihove obitelji ali i puno šire. Vjerujem u Podravku i njezinu svijetlu budućnost i svim srcem joj želim sve najbolje. Dioničarka sam zajedno sa svojim suprugom i nisam, a niti ne namjeravam prodati dionice Podravke, već ih želim ostaviti svojoj djeci. Ja vjerujem u ljude u Podravki i u to da će ta kompanija opstati. Bilo je kriza i prije možda ne ovako velikih, bilo je i prije da nisu plaće išle gore, da su se skidali faktori, da smo svi stavljali glave skupa i da je opet krenulo sve dalje na bolje. Vjerujem da će tako biti i ovaj put.



Slavenaši pobjedom otvorili novu nogometnu sezonu



Foto: arhiva

Počela je nogometna sezona Prve HNL, a u prvom kolu nogometaši Slaven Belupa ugostili su ekipu Zagreba. No, prije same utakmice nekoliko noviteta na koprivničkom Gradskom stadionu. Naime, Uprava koprivničkog prvoligaša pružila je oko 2.500 gledateljima nesvakidašnji show – helikopterom je na stadion doletjela Nives Celzijus te sa grupom plesačica otpjevala nekoliko pjesama. Atraktivni nastup poznate starlete i lijepih plesačica nikoga na stadionu nije ostavio ravnodušnim. Uz to, kraj stadiona je organiziran fan-klub šator u kojemu su navijači mogli po popularnim cijenama kupiti dresove, kape, šalove i

ostale rekvizite omiljenog kluba. Organizacija za svaku pohvalu.

Što se pak tiče utakmice, ona baš i nije bila na nekoj pretjeranoj razini. Ipak je ovo početak prvenstva, igrači nisu koncentrirani, teške su noge pa je tako i utakmica bila u nekim dijelovima vrlo monotona. Puno promašaja, krivih dodavanja, taktičkih greški. Prvih pola sata proteklo je u dominaciji Slavena Belupa pa su tako Mujanović i Benko u nekoliko navrata zaprijetili Zagrebovom vrataru Vidakoviću, ali bez učinka. Potom i Zagrebaši imaju svoje prigode, ali koprivnički vratar Rodić je na mjestu. Sve u svemu, premalo za prvo poluvrijeme, a u

nastavku Zagreb je opasniji i čvršći. Već u 46. minuti, Purić je napravio grešku, a dva igrača Zagreba spustili su se prema Rodiću. Slavenov golman je hrabrom intervencijom na rubu šesnaesterca skinuo loptu s nogu Dedića. Potom bilježimo dobre udarce Brezovca i Vojnovića i napokon u 60. minuti Milardović upućuje visoku loptu u šesnaesterac Zagreba koju lucidno štopa Benko u zraku i onda vrhom kopačke šalje loptu u mrežu Zagreba za vodstvo Slaven Belupa 1:0. Taj rezultat ostao je do kraja utakmice pa je tako Slaven Belupo upisao sva tri boda u prvoj utakmici nove sezone, iako igrom definitivno nije briljirao i ta bi utakmica trebala ubrzo pasti u zaborav.

- Ušli smo s previše nervoze, nismo mogli uspostaviti pas igru, tu nas je Zagreb iznenadio, odigrali su jako dobro. U nastavku smo malo smirili loptu, a Benkova je genijalnost odlučila pobjednika. Razumljive su mi pogreške, ipak je ovo bilo prvo kolo, prva utakmica, postojao je pritisak i imperativ pobjede. Drago mi je što je publika došla u velikom broju, nadam se da će nas i dalje podržavati. Znam da moramo popraviti igru, na tome ćemo raditi. U sljedećem kolu čeka nas gostovanje kod Splita, bit će to teška utakmica, ali pokušat ćemo i tamo nešto napraviti - rekao je nakon utakmice trener Slaven Belupa Roy Ferenčina. (B.F.)

Novaki i KOP Čakovec pobjednici odbojkaškog turnira Cerine Studena Open

Neizvjesnim finalnim susretima na sunčalištu koprivničkih bazena završio je turnir odbojke na pijesku Cerine Studena Open. U ženskom dijelu turnira pobjedu su odnijele cure iz Čakovca koje su turnir završile bez izgubljenog seta, dok su se u muškom dijelu turnira zlatom okitili Novaki, inače prošlogodišnji finalisti. U napetom finalu ženskog turnira koje je bilo odlično popraćeno od strane gledatelja, sastale su se ekipe KOP Čakovec i One i ja. Gošće iz Čakovca bile su uspješnije te su odnijele tijesnu pobjedu. Naime, meč je završio rezultatom 22:20 i 21:18. U velikom finalu u muškoj konkurenciji snage su odmjerile ekipa Novaki i System error, koje su gledateljima pružile pravi odbojkaški spektakl. Nakon atraktivnog meča i žustre borbe rezultatom 21:14, 23:25 i 15:11, bolji su bili Novaki te se okitili laskavom titulom



Ženska ekipa iz Čakovca odnijela zaslužno pobjedu

Foto: B.G.

osvajača turnira. Treće mjesto kod muškaraca zaslužno su osvojili prošlogodišnji pobjednici turnira Burazi koji su pobijedili KOP Čakovec 21:14 i 21:16, dok su se u ženskoj konkurenciji broncom okitile Žemske

koje su u dva seta nadjačale Maj. Prva tri mjesta, i u muškoj i u ženskoj konkurenciji, ekipama su donijela vrijedne novčane nagrade i poklon pakete glavnog sponzora turnira Podravke. (B.F.)

Prvi ratni plakat Domovinskog rata

Iz tiska je izašao reprint jednog od prvih ratnih plakata Domovinskog rata – „Hrvatska vas zove“. 1991. Osmislili su ga Mladen Pavković i Vladimir Kostjuc. Objavila ga je, u povodu dvadesete obljetnice od njegova prvog pojavljivanja, Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke. Ovaj već legendarni plakat na kojem su u prvom planu Zvonko Pandurić Stric i Zoran Ivić bio je lijepljen po koprivničko-križevač-

kom kraju u ljeto 1991. Imao je za cilj da se u tadašnji Zbor narodne garde javi što više ljudi, koji su bili spremni braniti Hrvatsku. Plakat je poslije toga, u listopadu 1991., tiskan i u pet tisuća primjeraka za Grad Osijek, a pojavljuje se i u filmu „Harisonovo cvijeće“. Reprint ovog plakata „Hrvatska vas zove“ osim u Koprivničko-križevačkoj županiji bit će postavljen i u mnogim drugim gradovima diljem Hrvatske. **(V.I.)**



Humanitarna akcija braniteljske udruge

Udruga branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke, pod pokroviteljstvom Ministarstva obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti, pokrenula je humanitarnu akciju prikupljanja slika, crteža i skulptura na temu „Da se ne zaboravi - hrvatski Domovinski rat i stvaranje hrvatske države u djelima hrvatskih likovnih umjetnika“. Prikupljena djela bit

će darovana Osnovnoj školi u Velikom Trgovišću, koju je polazio i prvi hrvatski predsjednik dr. Franjo Tuđman, a prikupljaju se do 1. studenoga. Početkom prosinca, UBIUDR Podravka, u suradnji sa školom, koju pohađa oko 380 učenika, organizirat će i prodajnu izložbu pristiglih radova, a prihod će biti namijenjen za nabavku kompjutera. U školi kažu da im to trenutačno najviše ne-

dostaje. Oni radovi koji se neće prodati krasiće učionice, ali i druge prostore ove ustanove. Radovi se dostavljaju na adresu: UBIUDR Podravka, 48000 Koprivnica, A. Starčevića 32. Svaki sudionik primit će i prigodnu Zahvalnicu. Podravkina Udruga prije nekoliko godina organizirala je sličnu akciju za Hrvatski dom u Vukovaru. Tada je prikupljeno i darovano više od stotinu slika. **(M.P.)**

Najduže sušno razdoblje



U proteklih više od pola godine mjesečne količine oborina bile su ekstremno niže od višegodišnjeg prosjeka. Mjesečno je, od siječnja do danas, palo tek 25 –

30% od višegodišnjeg prosjeka oborina. Sušno razdoblje je započelo još u zimskim mjesecima ove godine, a traje još danas. Dakle, gotovo već šest i pol mjeseci. Posljednja malo veća

količina oborina, oko 40 litara po četvornom metru na našem području izmjerena je u prvoj dekadi lipnja. Poslije toga uslijedilo je beskišno razdoblje. Svjedoci smo tako dana ekstremno visokih dnevnih temperatura zraka od 34 do 36 stupnjeva Celzijusa. Od kako postoje meteorološka praćenja u Podravki, još nije zabilježeno tako dugo sušno razdoblje, a ni tako dugačko razdoblje eksterno visokih temperatura zraka. Uz to zabilježeni su i češći od prosjeka umjereni do pojačani vjetrovi koji uz velike vrućine i dodatno isušuju tlo. Prema procjenama naših meteorologa posljedica tih meteoroloških neprilika su štete na poljoprivrednim kulturama. Osobito će posljedice trpjeti povrtna kultura, mahune, cikla ali i ostale kulture koje su zasađene na nenavodnjavanim površinama. Zbog toga, prema našim meteorolozima, postoji dovoljno argumenata za proglašenje elementarne nepogode izazvane sušom s obzirom da deficit oborina prelazi 70 posto. Podsjetimo se samo kako smo prošlu godinu imali ekstremnu kišnu i tada je na našem području proglašena elementarna nepogoda izazvana prevelikom količinom oborina. **(V.I.)**

Ljeto s
Podravkom

S.O.S.
Kuharica



POVRĆE MEXICANA

PRIPREMA:

Crvenu papriku, tikvicu i šampinjone narežite (tim redom) i popržite kratko na maslacu. Kad je povrće omekšalo, prelijte ga s ljutom salsom i servirajte uz dodatak kuhane riže.

SASTOJCI ZA 4 OSOBE:

200 g crvene paprike
200 g tikvica
150 g šampinjona
600 g Salse ljute Podravka
300 g riže



Potražite svoju Podravka S.O.S. kuharicu na prodajnim mjestima ili na
www.podravka.com i www.coolinarika.com



www.podravka.com

NA LJETOVANJE - BIKIKLOM

Piše: Mladen Pavković
Foto: Berislav Godek

Bivši radnik Podravke Josip Golubić, godinu je dana u mirovini, ali ne miruje. Svaki slobodni trenutak koristi za vožnju biciklom. Susreli smo ga ovih dana pred poslovnom zgradom Podravke. Kaže: baš sam se vratio iz Selca! Tamo i natrag vozio se – biciklom! (Dvadesetak sati u jednom i isto toliko u drugom pravcu). Nekoliko dana bio je na ljetovanju, tek da vidi more i da se malo okupa.

- Znete i sami kako je u mirovini. Teško je i onima koji su zaposleni, a kamoli nama koji smo doma. Svaki se dan sjetim Podravke. U ovoj sam tvrtki proveo niz godina, na svakakvim poslovima. Bio sam radnik na Juhama, Mesnoj industriji, itd. Prije odlaska u mirovinu radio sam i u Zaštitom pogonu dorađe- kaže. Pitamo ga što mu ipak najviše nedostaje, a on veli – prijatelji i kolege s posla. Drago mu je što se Podravka oporavila, što je nakon silnih bura ponovno stala na noge.

- Za to je najviše zaslužno novo rukovodstvo na čelu s Miroslavom Vitkovićem. Još se jednom pokazalo da mladima treba dati šansu i da će je oni znati iskoristiti.

Pričao nam je da je biciklom prošao već pola Hrvatske, ali i dobar dio Mađarske. Bio je sudionik hrvatskog Domovinskog rata (pripadnik 117. brigade i 124. vukovarske). Ima i PTSP. Nije želio sjediti kod kuće i samo „gledati u zid“.

- Mene svakodnevna vožnja biciklom naprosto „liječi“. Postao sam „ovisnik“ ovog prijevoznog sredstva. A uz vožnju biciklom, odmaram se u ribolovu, a povremeno i slikanjem.

Zanimalo nas je li ikada doživio neku nesreću, tim više što je neprestano na cesti?

- Samo jednom. Kad sam išao u Vukovar „zakvačio“ me neki osobni automobil. Srećom, prošao sam tek s neznatnim ozljedama. Čak ni biciklu nije bilo ništa.

- Je li mu lakše ili teže voziti noću nego danju?

- A noću je puno lakše i ljepše. Nema



velikog prometa. Najvažnije je biti dobro osvijetljen. I voziti po propisima.

Josip ima tri sina i dvije kćeri. Sad mu je najveća želja zaposliti jednu od njih. Završila je školu, udala se, ima dijete, a

ona i suprug nemaju nikakvo zaposlenje.

- Vjerujem da će naći posao u Podravki – rekao je na kraju, i odjurio biciklom prema Drnju gdje stanuje.



studena.



Studenac



www.podravka.com