



## Usvojen Plan poslovanja

Nadzorni odbor Podravke na posljednjoj je sjednici usvojio Plan poslovanja Grupe Podravka za 2012. godinu. Ujedno, na sjednici je donesena i odluka o izboru zamjenika predsjednika Nadzornog odbora Podravke d.d. Za zamjenika predsjednika Nadzornog odbora izabran je Dubravko Štimac.

## Počela proizvodnja u tvornici Studenac



**4 i 5** Alja Učakar - Uz 40 novih proizvoda, ove godine uvodimo i projekt lojalnosti

**6** Tvornica Studenac u Lipiku počela s proizvodnjom

**7** Zdravko Matotan izabran u HAZU

**9** Više od 5000 posjetitelja lani u Podravki

# Žimski mix



Šalice toplog čaja zagrijat će Vas u hladnim zimskim danima, pružiti Vam osjećaj neobičnog zadovoljstva, opustiti Vas ili pak pružiti priliku za druženje s dragom osobom. Izaberete li čaj svog omiljenog okusa uživanje u toplom napitku bit će još veće.



Podravka Vam je odlučila pomoći u tom izboru, pa je za Vas priredila Žimski mix. To je posebno pakiranje koje u sebi sadrži četiri vrste čajeva – šipak, kamilica, brusnica i borovnica. Kutijica sadrži 20 filter vrećica s po pet komada od svake vrste čajeva.

# 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

Godina je počela vrlo intenzivno, što je u konačnici i normalno jer imamo novu vlast, očekuju nas promjene, krenula su velika obećanja te još veća htijenja. Jedna od najava svakako je i standardizacija hrvatskog jezika. Govorimo li u Hrvatskoj hrvatski, odnosno poznajemo li dovoljno hrvatski jezik? Dogodi li vam se često da npr. dobijete elektroničku poštu od kolege na poslu u kojoj uočavate niz gramatičkih nepravilnosti? Ne treba čuditi što se proteklih dana među jezikoslovcima povela prava diskusija o tome je li ispravnije šport ili sport, treba li ostati naziv Ministarstva zdravstva ili je dobro i Ministarstvo zdravlja. Svakodnevnih primjera o tome koliko nas zapravo ne poznaje dobro hrvatski jezik je na pretek pa ne treba posebno zabrinjavati što pročitam da je primjerice, „uvijek potrebno imati“ jer vjerujem da netko tko je autor spomenute konstrukcije ne razumije što riječ potrebno znači. Da podsjetim, potrebit je onaj koji nema, koji oskudijeva u dobrima, koji je siromašan. S druge strane, izuzmemo li osnovne gramatičke pogreške poput „ije“, „je“, „č“ i „ć“, mala i velika slova, mnogo je onih koji uvijek slovu „s“ pridružuju nepotrebno „a“, pa umjesto da ideš s nekim, ti ideš sa nekim, što je pogrešno. O pleonazmima pak, da i ne govorim. Nepotrebno gomilanje riječi bez prava značenja, nažalost prisutno je kod mnogih. Na pretek je primjera koji su prisutni u govoru svaki dan, a da ih većina nije niti svjesna, pa čak i kod dekliniranja odgovarajućih padeža. Rijetki

su oni koji će muškarcu imena Dino reći da idu kod Dina, već svi kažu da idu kod Dine (a Dina je žensko ime). Gramatičke greške lako se mogu ispraviti, no brine više činjenica da nas mnogo danas ipak, ne govori standardnim hrvatskim jezikom. Anglizama je pak, previše, a jako smo im skloni. Iz neznanja više, nego iz činjenice da za njih ne postoje odgovarajuće hrvatske riječi. Znamo kako je jezik živa tvar koja se mijenja, razvija i da različite generacije među nama koriste istoznačnice za neku riječ drugima pak, neprepoznatljivu. Npr. stare riječi poput ajnpren je isto što i zafrig, odnosno zaprška i radi se o staroj riječi koju mladi naraštaji danas i neće prepoznati. No, jednako tako stare generacije neće možda znati što znači „fakat“ (uistinu, zacijelo, doista). Jezikoslovci kažu kako hrvatski rječnici danas broje oko 400 000 riječi. U usporedbi s engleskim jezikom koji ima više od milijun možemo reći, pa hrvatski ima malo riječi. Čak i slovenski ima oko 500 000 riječi, znači više od hrvatskog. Povijest te globalizacija zaslužni su za nastanak ili nestanak nekih riječi. 90-tih smo bilo suočeni s pojavom novih riječi od kojih mnoge nisu zaživjele, pa je i dalje bjelodano da smo još jednim novinama nazočni, a sve glede pravodobnog objelodanjenja informacija, odnosno s hrvatskog na hrvatski: očigledno da smo još jednim novinama prisutni, a sve s ciljem pravovremenog objavljivanja informacija. Eto, kako sve može biti jednostavno, a tako komplicirano. Lajkaš?



### 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**

# Alja Učakar, direktorica prodaje i marketinga Slovenije

## Uz 40 novih proizvoda, ove godine uvodimo i projekt lojalnosti

Piše: Dijana Jendrašinkin

**Lider smo u dječjoj hrani, univerzalnim dodacima jelima, meal makersima, sardini u konzervi, na drugom smo mjestu u slasticama, juhama, bujonima, marmeladama...Potrošači naše proizvode mogu naći na svim prodajnim mjestima u Sloveniji**



**A**lja Učakar je u Podravku došla prije devet godina. Prvo radno mjesto u koprivničkoj kompaniji bilo joj je asistentice direktorice marketinga za tržište Slovenije Nataše Stanič Mitsios. Upravo je Natašina zasluga, kaže Alja Učakar da je u vrlo kratkom roku dobila osjećaj gdje se našla – „u kompaniji sa srcem!“

Bez obzira što je završila fakultet društvena smjera, točnije sociologiju i to smjer Ljudski potencijali, oduvijek joj

je marketing bio velika ljubav. Još za vrijeme studija radila je u marketingu u Tvornici duhana i tamo skupljala iskustva i praktična znanja koja su joj kasnije u radu u Podravki puno koristila.

Nakon godine i pola provedene na mjestu asistentice direktora marketinga dobila je priliku da pokaže koliko je naučila i spozna može li samostalno voditi marketing. Prelazak je, kaže danas, bio jako naporan, jer se u jednom trenutku našla sama za sve zadatke koje je mo-

rala napraviti, a prije ih je rješavala uz pomoć direktorice. No, na sreću bilo je sluha kod tadašnjeg vodstva da se zaposli u marketingu još jedna osoba. Sada ih je u marketingu više, a Alja osim marketinga vodi i prodaju, pa u šali kaže kako su u marketingu 3 i pol osobe (za sebe kaže da je pola marketing pola prodaja). Bio je veliki izazov voditi obje, a Alja tvrdi kako je i još, budući da stvarno nije jednostavno raditi oba tako zahtjevna posla s velikom odgovornošću istodobno. Ističe da ima dobar tim suradnika, jer sigurno bez njih, Podravka u Sloveniji ne bi bili tako uspješna. Naime, posljednje tri godine stalno bilježe rast prodaje bez obzira na to što su to godine recesije i velikih turbulencija. Zahvale svim suradnicima, od prvog do zadnjeg, Alja posebice ističe i napominje da je svatko pridonio svoj dio za sve što su uložili u zajednički uspjeh!

**Koliko je veliko tržište Slovenije? Kakva je pozicija Podravkinih proizvoda?**

Možda bi bolje bilo pitanje koliko je malo tržište Slovenije. Svi znaju viceve o Sloveniji na temu njezine veličine. Inače Slovenija ima oko dva milijuna stanovnika, to je 0,4% svih stanovnika Europske unije. No, s druge strane tako malo tržište najjače je po potrošnji dječje hrane u cijeloj regiji. Pozicija naših proizvoda na policama slovenskih dućana i u očima slovenskih potrošača je dobra, još uvijek nas potrošači većinom smatraju kao domaćeg proizvođača.

Lider smo u dječjoj hrani, univerzalnim dodacima jelima, meal makersima, sardini u konzervi, na drugom smo mjestu u slasticama, juhama, bujonima, marmeladama...Potrošači naše proizvode mogu naći na svim prodajnim mjestima u Sloveniji od najvećeg do najmanjeg, ovisno o jačini i obrtaju jasno. Moram priznati kako kontinuirano i aktivno brinemo da naši brendovi i proizvodi imaju dobru poziciju u odnosu na konkurenciju koja je sve veća i jača.

**Slovensko tržište jedno je od uspješnijih Podravkinih tržišta**

## koje kontinuirano bilježi dobre rezultate prodaje

**Kako ocjenjujete 2011. godinu, je li bila uspješna?**

Prošla je godina s obzirom na sve turbulencije, od recesije i situacije na tržištu, do svih promjena u slovenskoj trgovini pa i naših internih problema s povremenom desortiranošću, bila jako uspješna. Rast koji smo napravili najviše je rezultat dobrih aktivnosti i komunikacije s potrošačima. Važno je da i u ovakvim vremenima kad svi samo govore što se ne može i gdje još smanjiti ulaganja barem zadržimo nivo dosadašnjih ulaganja i tražimo načine kako još kvalitetnije i ciljano komunicirati s kupcima i potrošačima. Najjači između naših konkurenata još su povećali ulaganja da bi iskoristili trenutak kad drugi ne mogu na to odgovoriti i postigli zavidne rezultate u nekim kategorijama. Podravka kontinuirano na slovenskom tržištu bilježi porast prodaje i to nam je s jedne strane veliko priznanje za dobar rad, a s druge strane i obveza koja nam nameće da moramo biti i dalje ne jednako dobri, već bolji.

**Koje Podravkine proizvode Slovenci najviše vole?**

Najprodavaniji proizvod iz našeg asortimana ako gledamo financijski sigurno je Čokolino, pa onda Vegeta, Čokolešnik, Fant za gulaš i paprikaš,... Već sam prije spomenula da je u Sloveniji najveća potrošnja dječje hrane po glavi stanovnika, to je više od 650g i takvu vrstu hrane ne konzumiraju samo djeca, nego svi, od 0 do 99 godina. Čokolino i Čokolešnik primjerice jedu ljudi svih uzrasta i to treba ozbiljno razmotriti. Nadam se da će negdje u bliskoj budućnosti Podravka naći rješenje kako to iskomunicirati sa svim ciljnim grupama i još povećati potrošnju jer potencijala sigurno za to ima.

**Pripremamo nacionalni projekt lojalnosti**

**Koja su ovogodišnja očekivanja, odnosno kakvi su planovi?**

Od nas se očekuje da ponovo ostvarimo rast. Premda, moram reći trenutno bilježimo u Sloveniji rekordnu nezaposlenost, stalno na vijestima slušamo koja je još kompanija otišla u stečaj, koliko je opet ljudi ostalo bez posla ...

S druge strane trgovci sužavaju = optimiziraju asortiman, jako teško ulistavamo nove proizvode, a prema njihovim podacima, trgovina s lošijim obrtajem

bez pitanja izlistaju postojeće proizvode s polica.

Plan prodaje nam je za 6% veći od prošlogodišnje realizacije, da bi to postigli ove ćemo godine raditi i s manjim budžetom od lanskoga. Vidjet ćemo što će nam donijeti ova godina i jedan dan više, mi smo uvijek optimistični. One stvari na koje imamo utjecaj sigurno ćemo sa svim naporima iskoristiti i poboljšati.

**Što tržište Slovenije priprema novo za svoje potrošače?**

Uz svu klasičnu marketinšku podršku ove ćemo godine jako puno raditi na lojalnosti, pripremamo nacionalni

projekt lojalnosti koji je velika novost i nije još nitko na taj način to odradio u Sloveniji. Vjerujemo da će to potrošačima biti zanimljivo, jer će za sve kupnje Podravkinih proizvoda iz određenih kategorija dobiti vraćen dio novca i to u gotovini, dakle ne kroz neke kartice i bonuse. Vjerujem kako će potrošačima to biti iznimno zanimljivo, važno ali i korisno.

Inače u planu imamo ulistavanje oko 40 novih proizvoda koje sve treba poduprijeti kod lansiranja pa je zbog toga naš kalendar već do kraja godine popunjen s aktivnostima na kojima ćemo raditi bez prestanka.

**Čokolino i Čokolešnik primjerice jedu ljudi svih uzrasta i to treba ozbiljno razmotriti. Nadam se da će negdje u bliskoj budućnosti Podravka naći rješenje kako to iskomunicirati sa svim ciljnim grupama i još povećati potrošnju jer potencijala sigurno za to ima.**



## Tvornica Studenac u Lipiku počela s proizvodnjom

**P**okrenuta je linija Bardi za proizvodnju galona kao prva osposobljena linija u Tvornici Studenac u Lipiku nakon požara. Linija radi gotovo punim kapacitetom i sanirali su je zaposlenici tvornice. Ovih dana sanirat će se i očistiti redom i ostale linije za proizvodnju asortimana proizvoda pod brandom Studena, Studenac i Lero. Direktorica sektora Poslovni program pića Sanja Garaj Miloš kaže kako je u planu da do kraja mjeseca proizvodnja krene svojim redovnim tijekom.

-U planu je da do kraja mjeseca pokre-

nemo sve linije i započnemo s radom u punom opsegu –pojašnjava Sanja Garaj Miloš.

Napomenula je kako sanacija opožarenih dijelova neće završiti do tada, ali proces sanacije ne bi trebao utjecati na funkcioniranje proizvodnje u Lipiku.

Podsjećamo, prvi radni dan ove godine u Podravkinoj tvornici Studenac u Lipiku izbio je požar i to u prostoru za pripremu ambalaže. Uzrok požara bila je neonska lampa čija je prigušnica pregorjela. Tri su osobe zatražile liječničku pomoć i to zbog prekomjerna udisanja dima, no riječ je nasreću, bila o lakšim ozljedama. Prema riječima

predsjednika Uprave Podravke Miroslava Vitkovića, koji je obišao mjesto nesreće, požar nije zahvatio proizvodni dio tako da su radnici kojih je na lipičkom području oko 150 već sutradan bili na svojim radnim mjestima. -Podravkini zaposlenici kojima je mjesto rada Lipik ne moraju strahovati za radna mjesta napomenuo je tom prigodom predsjednik Uprave Podravke te zahvalio svim radnicima u Lipiku koji su nesebično priskočili u pomoć gaseći požar.

Materijalna šteta još se procjenjuje i teško je govoriti o finalnoj brojki, ali zasigurno će se raditi o višemilijunskom iznosu. (D.J.)



Punjenje galona u Studencu

## Podravkin jeger na glavnom zagrebačkom trgu

**N**a glavnom zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića brojni građani i posjetitelji naše metropole iz cijele Hrvatske mogli su uživati u slasnim zalagajima domaćeg Podravkinog jegera. Naime, tijekom blagdanskih dana na glavnom zagrebačkom trgu bilo je mnoštvo događanja, a samim time i raznovrsne ponude. Da je prepoznata Podravkina kvaliteta i ovaj put, svjedoči iznimna zainteresiranost brojnih građana. Naime, prodano je čak 356



Proizvodnja jegera u kobasičarnici

metara ove vrhunske Podravkine delicije koja se savršeno nadopunila bogatom ponudom blagdanskih na-

## Usvojen Plan poslovanja

**N**adzorni odbor Podravke na posljednjoj je sjednici usvojio Plan poslovanja Grupe Podravka za 2012. godinu. Ujedno, na sjednici je donesena i odluka o izboru zamjenika predsjednika Nadzornog odbora Podravke d.d. Za zamjenika predsjednika Nadzornog odbora izabran je Dubravko Štimac.

## Večeras svečana akademija UBIUDR Podravka



**U** Podravkinoj kinodvorani večeras će se s početkom u 18 sati održati svečana akademija u povodu 15. obljetnice rada Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke (UBIUDR). Bit će to prigoda se još jednom podsjetiti na djelovanje jedne od najuspješnijih Udruga proizašlih iz Domovinskog rata u Hrvatskoj, a kojoj će biti nazočni i brojni gosti. Akademija je posvećena 18-torici poginulih Podravkinih branitelja. U prigodnom programu sudjelovat će: Ivica Pepelko, Tamburaški orkestar KUD-a Podravka (pod vodstvom Kreše Lukačića), Tamburaški sastav „Cure iz Centra“, Franjo Barić, Tamburaški sastav Pajdaši i drugi. Voditeljica će biti Mirna Berend. Prikazat će se i 20-minutni dokumentarni film o radu UBIUDR. Pozivamo branitelje, ali i druge da dođu na svečanu akademiju, a ulaz je slobodan. (V.I.)

pitaka poput kuhanog vina, čajeva i piva pa stoga i ne čudi da se jegera tražilo i komad više. (D.J.)

## Dr. sc. Zdravko Matotan u Izvršnom odboru Znanstvenog vijeća za poljoprivredu i šumarstvo HAZU

**P**odravkaš, doktor biotehnoloških znanosti Zlatko Matotan ponovno je izabran u Vijeće za poljoprivredu i šumarstvo koje je jedno od 15 znanstvenih vijeća u sastavu Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti. U radu Znanstvenog vijeća za poljoprivredu i šumarstvo dr. sc. Zdravko Matotan djeluje više od desetak godina, a od 2004. godine pročelnik je Sekcije za biljnu proizvodnju. Jedan je od rijetkih znanstvenika u Vijeću koji dolazi iz gospodarstva jer većina su sveučilišni profesori i znanstvenici s pojedinih instituta. Radom u Vijeću kroz organizaciju skupova o aktualnoj problematiki iz poljoprivrede i šumarstva doprinio je nastojanjima hrvatske znanosti i akademske zajednice da se prijedlozima konkretnih rješenja nametne vlasti s ciljem unapređenja područja kojim se Vijeće bavi.

Valja podsjetiti kako je jedan od skupova koji je organiziralo Znanstveno vijeće za poljoprivredu i šumarstvo HAZU održan i u Koprivnici 2005. godine, a bio je posvećen problematiki proizvodnje povrća za preradu. Zapravo taj je skup bio začetak Dana povrća koji se kontinuirano svake godine održavaju u Koprivnici. Također na tom je skupu oblikovano Udruženje proizvođača i



Dr. Sc. Zdravko Matotan

prerađivača povrća koje svih ovih godina radi na unapređenju proizvodnje povrća za preradu i zaštiti statusa domaće proizvodnje i prerade povrća.

U ovoj godini, kako je predstavljeno u programu rada na skupštini, Vijeće će nastaviti s brojnim aktivnostima među kojima će biti organizacija skupova o statusu i perspektivama hrvatske poljoprivrede po ulasku u Europsku uniju te skup o očuvanju i zaštiti biološke raznolikosti poljoprivrednog bilja.

Znanstveno vijeće za poljoprivredu i šumarstvo okuplja istaknute znanstvenike s područja biotehnoloških znanosti i osnovna svrha mu je poticanje i organizacija znanstveno-istraživačkog rada, objavljivanje i primjena rezultata istraživanja te davanje prijedloga i mišljenja za unapređivanje znanosti s područja biotehnologije koja su od osobite važnosti za Republiku Hrvatsku. Riječ je o jednome od aktivnijih vijeća HAZU. Osnovano je 1992. godine i kroz dvadesetak godina aktivnosti organiziralo je velik broj znanstvenih skupova i tribina s kojih su publicirani zbornici. Vijeće je izdalo veći broj knjiga s područja poljoprivrede i šumarstva, te redovito o svim aktualnim problemima u poljoprivredi i šumarstvu davalo svoja mišljenja i prijedloge rješenja aktualnoj vlasti. (D.J.)

## Podravka juhe razveselile Mateu

**O**bitelj Arbanas iz Donje Lomnice, nedaleko Velike Gorice nikada ne će zaboraviti prosinac 2011. godine. Iz Podravke im je tada pristigla obavijest da je upravo njima pripala glavna nagrada u Podravkinoj nagradnoj igri „S 5 JUHICA DO 100 TISUĆICA“ odnosno 100.000 kn na Dinnere potrošačkoj kartici. Točnije u dobitnoj omotnici koju je iz ogromne hrpe s više od 160.000 pristiglih pošiljaka izvukao finalist Masterchefa Vedran Beg, pisalo je Matea Arbanas. No omotnicu s vrećicama Podravka juha je poslala mama Mirjana koja je na svakog člana obitelji rasporedila po nekoliko pošiljki. Taktika se pokazala uspješnom, a skladna obitelj odlučila je veliki dobitak utrošiti zajedno, najvećim dijelom za obnovu kuće u kojoj žive. Uzbudeni i veseli to su ispričali pred-

stavnicima Podravke - direktorici službe marketinga Tržišta RH Vesni Višnić Vutuc, direktoru regije SRH Igoru Groza i voditeljici grupe proizvoda u Marketingu tržišta RH Mirjani Perlok koji su ih posjetili kako bi im uručili simbolični bon od 100.000 kuna. Do sada smo sudjelovali u raznim nagradnim igrama, ali nikada nismo dobili neku vredniju nagradu. S obzirom da jako volimo Podravka juhe, a ja osobno najviše klasičnu Goveđu juhu s tjest-

ninom, imali smo kod kuće dosta vrećica. Mama je sve to spakirala u desetak omotnica, neke je poslala na svoje ime, neke na brata Krešimira, a neke na mene. Ispalo je da sam ja sretnica, ali zapravo svi smo jednako radosni i već planiramo kako ćemo najpametnije iskoristiti veliki dobitak- ispričala je Matea, učenica završnog razreda Ekonomske škole. Matea se trenutno sprema za maturu i razmišlja o studiju novinarstva ili ekonomije, a eventualne brige u drugi je plan stavila vrijedna Podravkina nagrada. (J.L.)



## Odjel zaštite od požara i spašavanja upozorava: Zabranjeno korištenje električnih grijalica u uredima

**P**red nama su zasigurno hladniji dani pa se često događa da zaposlenici koriste grijalice na struju za dodatno zagrijavanje radnih prostora. No, treba imati na umu kako korištenje električnih grijalica u upravnoj sedmerokatnici nije dopušteno, ali ni u cijeloj Podravki gdje postoje sustavi grijanja. Opasnost izazivanja požara dodatnim trošilima koja ostaju uključena bez nadzora (grijalice, kuhala, aparati za kavu, punjači za mobitel), predstavlja ogroman i neprihvatljiv rizik, upozoravaju iz Odjela zaštite požara i spašavanja.

-U cilju prevencije u zaštiti od požara bit će оформljena stručna komisija od mjerodavnih Podravkaša koja će obilaziti sve radne prostore te provjeravati poštuju li se protupožarne mjere. Sve zatečene električne grijalice i druga trošila će se odmah isključivati i uklanjati iz radnih prostora. Nije na odmet još jednom podsjetiti da se sigurnost u radnoj okolini ogleda kroz osobno ponašanje u skladu sa sigurnosnim pravilima, upozorava Zlatko Vrtić, voditelj poslova zaštite od požara. Od kraja 2010. Podravka više nema

vlastito operativno vatrogasno dežurstvo već je u kompaniji ostala samo preventivna djelatnost zaštite od požara i spašavanja. Posebnim ugovorom dio preventivnog i sve što se tiče operativnog dijela dežurstva odnosno zaštite od požara preuzela je Javna vatrogasna postrojba Grada Koprivnice. Osnovni cilj preventivnog djelovanja je zaštita života ljudi i zaštita imovine od požara. To podrazumijeva sve mjere i radnje za otklanjanje uzroka požara, sprječavanje nastanka i širenja požara, otkrivanje i gašenje požara te pružanje pomoći kod otklanjanja posljedica prouzročenih eventualnim požarom.

-U tom pogledu Podravkin odjel zaštite od požara poduzima aktivnosti od periodičnih pregleda i kontrolnih ispitivanja vatrogasnih aparata, gdje se na godinu obavi oko 4000 pregleda, do redovnih pregleda vatrogasnih aparata u pravilu najmanje četiri puta godišnje.



Ujedno vršimo obuke zaposlenika gdje smo primjerice samo u prošloj godini obučili njih tristotinjak kaže Zlatko Vrtić. Danas je u službi ostala malobrojna ekipa Podravkaša, svega desetak. Među njima je i troje servisera aparata za gašenje požara. Svi oni s odgovornim osobama iz drugih cjelina kompanije sudjeluju u rješavanju raznih problema iz područja zaštite od požara i spašavanja. Oni su i ti koji upoznaju nove vatrogasce iz JVP s karakteristikama odnosno prisutnim opasnostima na lokacijama gdje će oni zatim obavljati "vatrogasno dežurstvo" u Podravki. Preventivni rad na zaštiti od požara i spašavanju zahtjeva poštivanje i primjenu svih pozitivnih zakonskih propisa iz domene zaštite i spašavanja, a isto tako i izradu operativnih planova za takva posebna stanja. -Podravka je kao pravna osoba dužna izraditi „Procjenu ugroženosti od prirodnih i tehničko-tehnoloških katastrofa i velikih nesreća“, a na temelju iste i „Operativni plan zaštite i spašavanja“. Taj vrlo obiman i zahtjevan posao završen je upravo tijekom prošle godine, naglašava voditelj poslova Vladimir Tkalec te nastavlja:

-Očekuje nas i završetak izrade planova zaštite i spašavanja lokalne uprave i samouprave, Grada Koprivnice i Koprivničko-križevačke županije temeljem kojih će se definirati i zadaće Grupe Podravka. Slijedom toga uslijedit će konkretizacija svih obveza i zadataka Podravke uz vrlo važnu činjenicu, koju nikako ne smijemo zaboraviti, da smo prehrambena kompanija od strateškog značaja za ovaj kraj ali i cijelu Hrvatsku. (V.I.)



Provjera ispravnosti aparata za gašenje požara

# Više od 5000 posjetitelja lani u Podravki

Piše: Vjekoslav Indir



Katarina Sitarić

**P**odravka je danas jedna od rijetkih kompanija koja gotovo svakodnevno prima razne posjetitelje koji u Koprivnicu dolaze isključivo kako bi posjetili najveću hrvatsku prehrambenu kompaniju ili pak, u sklopu turističkog aranžmana. Premda je razloga za posjet raznih, jedno je sigurno, Podravka je svima ugodan domaćin, a osjećaj koji ostaje nakon što je se obide ostaje u dugom sjećanju. Veliku ulogu u tome ima i voditeljica protokola u Odnosima s javnošću Katarina Sitarić koja je, možemo slobodno reći, zaslužna što se svi koje ona vodi kroz pogone tvrtke vraćaju kućama boljeg raspoloženja. Čest je prizor u Podravki grupa posjetitelja u bijelim jednokratnim kapama i kutama koju s velikim užitkom, pričajući im o Podravki, njezinoj povijesti, sadašnjosti, proizvodima, vodi Katarina Sitarić. Nerijetko se dogodi da u veseloj atmosferi koju Katarina znalački uspostavi gosti i zapjevaju, a smijeh obvezno izmami svakom posjetitelju bila to djeca ili umirovljenici s velikim životnim iskustvom. Godišnje kompaniju posjeti i nekoliko tisuća posjetitelja. Svi oni iz Podravke odlaze s nešto znanja o samim proizvodnim procesima, no s puno više lijepih dojmova i pozitivnih iskustava. –Prošlogodišnja “sezona” posjeta punim intenzitetom zaživjela je krajem ožujka. Interes za posjete Podravki vrlo je velik jer riječ je o značajnoj kompaniji uvijek svima zanimljivoj. Osim toga gostoljubivost Podravkaša uvijek privlači posjetitelje iz svih krajeva Hrvatske pa i šire, od djece vrtićke dobi, osnovnih i srednjih škola, fakulteta, udruga umirovljenika i drugih. Prošle je sezone Podravku posjetilo više od pet tisuća posjetitelja – naglašava Katarina Sitarić.

Svaki susret obično počinje na istočnoj porti ili recepciji. Ako ste čuli graju i žamor ili smijeh u izložbenom prostoru to je znak da su naši dragi gosti tu, ističe Katarina. Ovisno o uzrastu, interesu itd.

svaki posjet ima svoj “put posjeta”. Osim razgledavanja samih tvornica, odnosno proizvodnih procesa, ovisno o željama, Katarina posjetitelje zna voditi i u Muzej prehrane, skladišta, vatrogasnoj službi i sl. Nerijetko sve ostane i ovjekovječeno zajedničkim fotografijama, a najdraže je ipak Katarini kad joj stignu pisma zahvale s raznim “umjetninama-crtežima, kolažima” napravljenim spretnom dječjom rukom. U znak zahvale, stižu i likovni materijali koji su nastali na dijelovima ambalaže Podravkinih proizvoda. Katarina kaže kako je i uzbudljiv izlazak iz tvornice jer Podravka svoje posjetitelje i daruje “Od srca srcu”. Kad jedna grupa poklončića uzima u ruke i kreće prema autobusu, drugi već čekaju na ulazak u Podravku.

## Neka od pisama

24.11.2011. g. u 9 sati su učenici 4.a i 4.b razreda ušli u Podravku. Krenuli smo autobusom u 8.30 ispred škole „Braća Radić”. Putovali smo kratko jer je Podravka blizu. Kada smo došli upoznali smo se sa gospođom Katarinom koja nas je cijelo vrijeme vodila. Prvo smo išli u jednu sobu koja je bila spomen na Zlatu Bartl. Ta žena je izmislila Vegetu već prije 40 godina, ali je nismo vidjeli jer je ona prije tri godine umrla. Posjetili smo pogon Kokteli jer to nas djecu najviše zanima. Vidjeli smo različite strojeve te kako se slažu štapići. Prvo se tijesto ravna, jedan stroj ih oblikuje, još jedan ih peče i napokon lijepo padaju u posudu. Na kraju ih jedan stroj pakira u vrećice i oni su gotovi. Uh, koliko strojeva! Kada su štapići bili ispečeni mogli smo ih isprobati kakvi su. Baš su bili fini! Čak smo dobili poklone u vrećici: marmelade, Lino lade, juhicu i tjesteninu. Prije ulaska u autobus smo se fotografirali i krenuli natrag u školu.

Sara Delimar, 4.a

Kada smo ušli u Podravku bio sam jako uzbuden. Iako je bio hladan dan, bilo je prekrasno. Mislim i znam da je Podravka najljepša i s najboljim proizvodima, ne samo u našem zavičaju nego u cijeloj do-

movini Hrvatskoj. Znam i da je Podravka jako velika. Tu je pekara, pogon marmelada, Kokteli i ostalo. Sada sam vidio da su to različiti procesi proizvodnje sa različitim proizvodima i drugačijim prostorima. Najviše mi se sviđelo na Koktelima gdje se proizvode grickalice i neka dječja hrana. Proizvodnja štapića je vrlo zanimljiva, a probali smo i vruće štapiće. Stvarno je istinita ona izreka Podravke: „Od srca-srcu”.

Mihael Vugrin, 4.b

Napokon je došao taj dan. Učenici 4.a i 4.b razreda krenuli su u Podravku. Najprije smo ušli u prostoriju koja je posvećena Zlati Bartl. Ona je izmislila Vegetu. Umrla je prije tri godine. Nakon toga smo ušli u dio tvornice gdje se proizvodi marmelada. Zatim smo išli u tvornicu štapića koja se zove Kokteli. Štapići se mogu ispeći čak za dvije minute. Kada su se ispekli jeli smo ih i bili su jako vrući. Meni su bolji ti štapići od onih koje kupujem u dućanu. Kada smo to sve razgledali voditeljica nam je dala vrećice. U njima smo dobili: sok, Lino ladu, juhu i štapiće. Sretna sam što je u Koprivnici najveća prehrambena tvornica koja se zove Podravka.

Maria Sović, 4.a

Danas smo moji prijatelji iz razreda i ja, zajedno s učiteljicom posjetili Podravku. Mnogi kažu da je to kompanija sa srcem jer ono je njezin simbol. U ovom zanimljivom posjetu naučili smo kako i kada je Podravka nastala te da je Zlata Bartl izumila Vegetu koja je poznata u cijelom svijetu. Naučili smo i da Podravka ima tvrtke u 20 zemalja na 3 kontinenta: Europi, Australiji i Americi. Upoznali smo se s procesima proizvodnje u prehrambenoj industriji i prošli kroz pogone gdje se proizvode džemovi i marmelade te štapići i čoko kuglice. Srdačni domaćini pokazali su da imaju zaista veliko srce i darivali nas omiljenim proizvodima. Bilo je veoma zanimljivo i ugodno u društvu gospođe Katarine koja nas je cijelo vrijeme vodila.

Luka Radotović, 4.b



Osnovnoškolci ispred Podravke

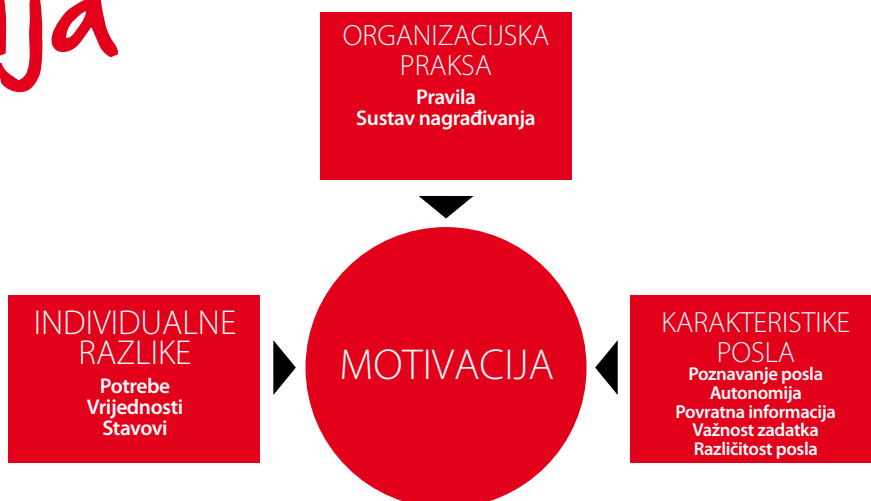
# Motivacija

Često čujemo da je za uspješnost u poslu nužna motivacija. Motivacija pojedinca, motivacija tima, motivacija radne skupine, razina motivacije cijele organizacije...No, znamo li što je točno motivacija? Motivacija je svakako rezultat interakcije između pojedinca i situacije. U različitim životnim situacijama i na različitim radnim mjestima isti pojedinac će imati različitu razinu motivacije, zbog izmijenjenih čimbenika koji ga motiviraju. Tako će na primjer sportaši sa sličnom razinom talenta postizati različite rezultate zbog razlike u razini motivacije. Ponekad će se dogoditi i da manje talentiran sportaš postiže značajnije rezultate upravo zbog visoke motivacije koja mu omogućava da ustraje u svojim nastojanjima ostvarivanja zadanih ciljeva. Slične situacije susrećemo i u poslovnom svijetu. Motiviraniji radnici više se trude i postižu svoje ciljeve.

Motivaciju (lat. movere = kretati se) možemo definirati kao skup procesa koji je odgovoran za intenzitet, smjer i upornost u nastojanjima da se postigne određeni cilj. Intenzitet se pri tome odnosi na količinu truda koji pojedinac ulaže u postizanje cilja i to je element na koji najčešće mislimo kada govorimo o motivaciji. Međutim, uloženi trud može biti uzaludan ukoliko nije usmjeren u pravom smjeru i zato je važan element smjer djelovanja pojedinca. Na kraju, motivacija sadrži i upornost koja omogućava pojedincu da ustraje u zadatku koliko god mu je potrebno da ostvari postavljeni cilj. Upornost je izuzetno važan element motivacije jer nam pomaže da se suočimo s preprekama na koje nailazimo i da nađemo rješenja za izazove s kojima se susretnemo na putu do cilja. U osnovi motivacije je emocija koja pokreće na akciju. Motivaciju možemo tako promatrati i kao regulator našeg ponašanja jer ona pobuđuje aktivnost, određuje razinu te aktivnosti (intenzitet) i održava razinu aktivnosti (upornost).

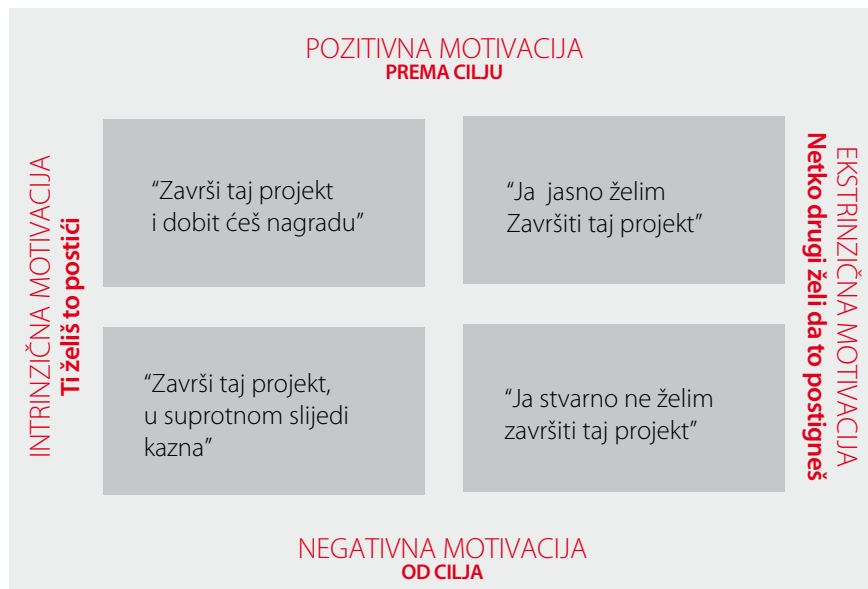
## Što utječe na motivaciju na poslu?

Možemo reći da najvažniji utjecaj na motivaciju pojedinaca na poslu imaju individualne razlike među njima, organizacijska praksa u pojedinoj kompaniji te karakteristike posla koje pojedinac obavlja.



**Izvršni zaposlenici motivirani su za postizanje rezultata. Jasna komunikacija očekivanja i transparentni kriteriji ocjene njihova postignuća povećavaju produktivnost, kooperativnost i zadovoljstvo zaposlenika.**

Često se u praksi upotrebljavaju izrazi unutarnja (intrinzična motivacija) i vanjska (ekstrinzična motivacija). Intrinzična motivacija predstavlja motivaciju koja proizlazi iz unutarnjih stanja osobe i individualnih potreba, dok ekstrinzičnom motivacijom dominiraju vanjski čimbenici poput sustava nagrađivanja ili povratne informacije; kada radimo nešto zbog nagrade ili pohvale ili kako bismo izbjegli kaznu ili kritiku. Također, razlikujemo pozitivnu motivaciju; kada idemo prema nečemu i negativnu motivaciju; kada smo motivirani „bijegom od nečega“. Održiva i dugoročna motivacija je pozitivna intrinzična motivacija i ona će nas držati upornima i ustrajnama.



**Pokretači učinkovitosti u organizaciji imaju veliki utjecaj na motivaciju pojedinaca, a oni su:**

1. Iskrena, pravovremena i korisna povratna informacija
2. Pružanje mogućnosti za preuzimanje rizika
3. Naglasak na prednostima i snagama pojedinca
4. Jasno razumijevanje radnih standarda
5. Dobra interna komunikacija
6. Informiran i stručan menadžer
7. Prilika da se radi ono u čemu je pojedinac najbolji
8. Snažna/uspješna menadžerska struktura

*Ništa nije teško, treba samo htjeti*

*Kineska poslovice*

# Lino® svojim novim kalendarom uveselio preko 120.000 mališana iz cijele regije

Piše: Vedrana Rubil

Davne 1979. godine Lino je razveselio svoje prijatelje tako što im je darovao svoj prvi kalendar. Na radost svih svojih prijatelja, Lino je ovaj veseli događaj pretvorio u najljepšu tradiciju nagrađivanja djece. Iz godine u godinu dolazilo je sve više pisama s marljivo prikupljenim lenticama s Lino proizvoda, tako da se krug prijatelja Lino medvjedića svake godine povećavao. Dočekali smo i 2012. i Linov 34. kalendar koji će cijelu godinu krasiti preko 120.000 domova, dječjih soba, vrtića, učionica ...

U kalendaru su se izmjenjivale brojne priče o raznim avanturama i novostima koje je Lino otkrivao i o kojima je učio. Ove godine Lino nas poziva da razmislimo o očuvanju našeg najvećeg blaga: prirode. Pripremio je brojne radionice i igre u kojima djeca uče kako reciklirati otpad, kako od starih boca napraviti igračku, kako iskoristiti stare kutije za nešto zabavno i korisno... Kako bi svojim primjerom pokazao djeci kako naučeno treba provesti u djelo, Lino je iskoristio i kovertu kalendara i na njoj pripremio malu bojanju iznenađenja. Na samom kraju kalendara sve mališane očekuje i zabavna igra Lino eko staza, u kojoj svi mogu dobro utvrditi što su naučili iz kalendara, ali i dopuniti svoje znanje o sitnicama kojima možemo učiniti puno za očuvanje prirode svaki dan. No, iznenađenjima tu nije kraj. Na novoj lino web stranici [www.lino.eu](http://www.lino.eu) očekuje vas super zabavna igra Lino čarobna bojanke. Pomoću markera koji se nalazi u kalendaru otvara se virtualni svijet posve neobične bojanke u kojoj ilustracije postaju žive kada ih obojamo.

Lino vas sve poziva da mu se pridružite u igri i zabavi uz Lino kalendar i brojne zanimljive sadržaje na [www.lino.eu](http://www.lino.eu) i svojoj Facebook stranici

[www.facebook.com/Linostranica](http://www.facebook.com/Linostranica)

[WWW.LINO.EU](http://WWW.LINO.EU)



# Studenac - mineralna voda koju vole potrošači, a nagrađuje struka

**Pripremile: Dijana Jendrašinkin,  
Maja Marković**

Povijest Podravkine mineralne vode Studenac započela je još u 19. stoljeću. Na bušotini termomineralne vode u gradu Lipiku, Wilhelm Zsigmondy je 1869. godine dobio mineralnu vodu jednolične temperature od 64 °C. Taj se izvor danas zove Grofovo vrelo i smatra se jednom od prvih bušotina termomineralne vode u ovom dijelu Europe. Povijest dalje kaže kako se po nalasku termomineralne vode u Lipiku otvara punionica mineralne vode i privatno lječilište i kupalište u vlasništvu obitelji Deutsch. Flaširanje vode u Lipiku pak, započelo je 1875. godine pod nazivom „Lipiker thermalquelle“, odnosno „Lipiki hevviz“, a iste godine kreće i distribucija proizvoda po cijeloj Austro-ugarskoj monarhiji, kao i izvoz u SAD. Lječilište i kupalište u Lipiku poslije Prvog svjetskog rata prelazi u državno vlasništvo. Narednih godina lječilište se obnavlja, a proizvodnja mineralne vode ne staje ni između dva svjetska rata.

## Alkalična jodna stolna voda

Od 1920. godine na tržištu se pojavljuju dva oblika flaširane vode iz Lipika i to: „Lipička alkalna jodna ljekovita voda“ - punjena u bocu od 1l i „Lipička alkalna jodna stolna voda“ - punjena u bocu od 1,4l i 0,5l, a od 1940. godine puni se samo pod nazivom „Alkalična jodna stolna voda“.

Nakon Drugog svjetskog rata, mineralna voda je flaširana pod nazivom „Narodno lječilište Lipik - alkalično jodna stolna voda“, a poslije toga „Banja Lipik - osvježavajuća alkalično jodna stolna voda“. Između 1960. i 1965. godine rade se i nova bušenja s namjerom da se poveća kapacitet crpilišta termomineralne vode.

Lječilište u Lipiku se 1966. godine registrira kao Bolnica za rehabilitaciju i Banje Lipik – turističko-ugostiteljsko i proizvodno poduzeće. Potom se 1968. godine razdvajaju Banje Lipik na pogon za proizvodnju mineralne vode i ugostiteljsko-turističku djelatnost.



Studenac je 1968. godine poznat kao „Mineralna stolna voda - Lipika“.

Pogon za proizvodnju opet se pripaja Banji Lipik 1. studenoga 1970. godine, a tada kreću i pregovori o integraciji Banje Lipik u sastav Podravke. Zapisi kažu kako točno, 1. siječnja 1971. godine Banje Lipik ulaze u sastav Podravke, a mineralna voda poznata je pod nazivom „Prirodna mineralna voda“, dok svoj naziv „Lipički studenac“ dobiva 1973. godine.

Proizvodnja mineralne vode bilježi značajan rast. Tako je na primjer 1971. godine napunjeno 4,2 milijuna boca mineralne vode, a plan za 1972. je već bio 6,5 milijuna boca.

## Modernizacija proizvodnih kapaciteta

U skladu s povećanom potražnjom za mineralnu vodu ulaže se i u modernizaciju proizvodnih kapaciteta.

1980. godine počinje se graditi nova punionica vode u Lipiku kako bi se povećali kapaciteti i tvornica imala modernu punionicu.

Nova punionica otvorena je 15. studenog 1980. godine. U njoj je pored stare linije, preseljene sa stare lokacije, instalirana još jedna linija za punjenje. Na ovim su se proizvodnim linijama tada punili mineralna voda Lipički Studenac i sokovi Tin.

Zbog domovinskog rata, punjenje u tvornici Studenac u Lipiku zaustavljeno je 25. rujna 1991., a nastavljeno 14. srpnja 1992. godine. Istovremeno se tvornica uređivala od granatiranja i devastiranja koja je pretrpjela.

## Lipički Studenac postaje Studenac

Lipički Studenac 2000. godine preimenovan je u Studenac, a proizvod postao prepoznatljiv širom Hrvatske i na drugim tržištima. Od 2001. do 2009. godine mineralna voda Studenac je nekoliko puta promijenila ambalažu, sukladno trendovima na tržištu.

Studenac se danas prodaje osim u Hrvatskoj i u zemljama regije.

## Vrhunska kvaliteta Studenca

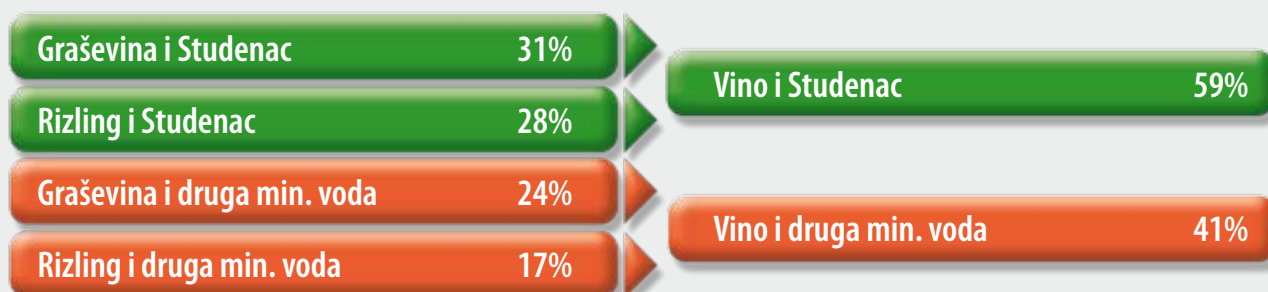
Kvaliteta mineralne vode Studenac potvrđena je međunarodnim nagradama. Tako je Studenac 2010.g. ocijenjen maksimalnom ocjenom na međunarodnom testiranju proizvoda u organizaciji Međunarodnog instituta za okus i kvalitetu (iTQi) iz Bruxellesa te je time postao prva i jedina hrvatska mineral-

na voda s nagradom Superior Taste Award. Značaj ovog priznanja je izniman s obzirom da proizvode ocjenjuje 120 vrhunskih europskih gastronomskih stručnjaka i somelijera, a na testiranje se godišnje prijavljuje oko 900 proizvoda iz cijelog svijeta.

Osim međunarodnih institucija, kvalitetu Studenca potvrđuju i potrošači. Tako

su npr. tijekom istraživanja provedenog 2009. godine potrošačima ponuđeni gemišti pripremljeni s mineralnom vodom Studenac i drugom konkurentskom vodom s tim da potrošači nisu znali koji je gemiš pripremljen s kojom vodom. Nakon kušanja, 59% je gemište sa Studencom ocijenilo boljima od gemišta s drugom mineralnom vodom.

## Pitanje: Možete li nam reći koja je od ovih mineralnih voda bolja s vinom?



Izvor: Rezultati istraživanja agencije Puls provedenog 2009.g u Zagrebu, Varaždinu i Osijeku., N=200

## Garancija vrhunskog gemišta

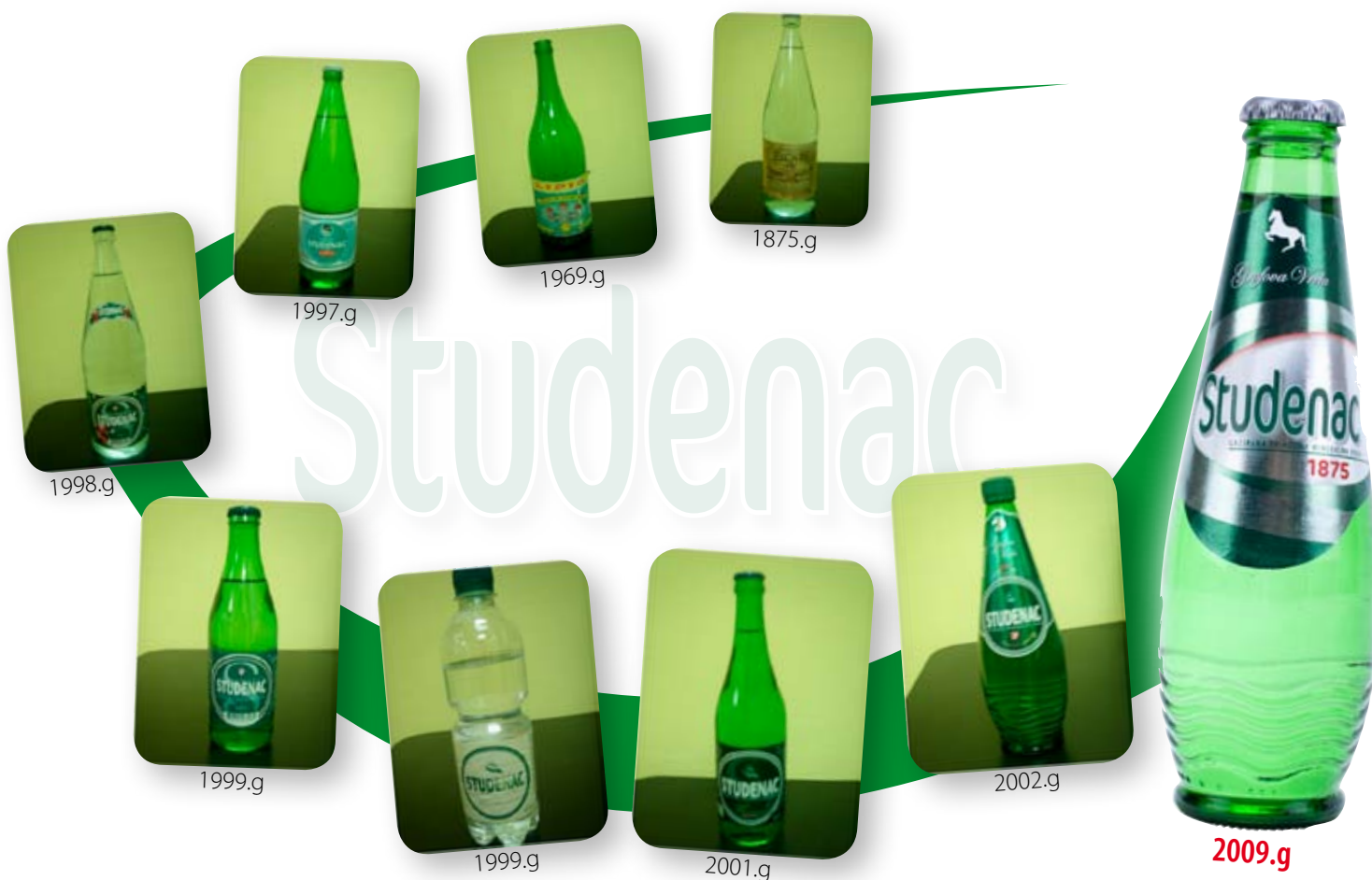
Na temelju spomenutih rezultata istraživanja od 2010.g. kreće promotivna kampanja koja se obraća upravo potrošačima koji mineralnu vodu primarno koriste za pripremu gemišta. Ta kampanja jednostavnim i razumljivim rječnikom progovara o vječnim "gemištar-

skim" dvojabama – koja je čaša najbolja za gemiš te koji je omjer miješanja mineralne vode i vina pravi.

Kampanju su slijedili i odlični prodajni rezultati – u vrijeme trajanja kampanje količinska prodaja porasla je za 30% u odnosu na godinu ranije.

Uspješnost kampanje potaknula je i Ku-

tjevo da se od prošle godine uključi u kampanju sa svojom Graševinom koja je prema njihovim informacijama najprodavanije vino za pripremu gemišta. Sve su to razlozi zbog kojih je kampanja 2011.g. osvojila Effie Grand Prix – nagradu koja se dodjeljuje najuspješnijoj marketinškoj kampanji u Hrvatskoj.



# Interakcija s potrošačima na webu

Piše: Tanja Gligorović



Teško je danas zamisliti život bez Interneta i lako dostupnih podataka u svako doba dana i na svakom mjestu, ma gdje god se nalazili. Internet je postao najbrže rastući medij na kojem ako vas nema, kao da ne postojite. Podravka je to na vrijeme prepoznala, stoga i ne čudi da je na webu prisutna gotovo četrnaest godina. Točnije 19. svibnja 1998. godine u 20.05 sati prve Podravkine web stranice **www.podravka.com** puštene su online. Skupina zaposlenika koja ih je tada radila znala je da polako, ali sigurno dolazi neko novo doba, promjene koje će biti toliko brze da ono što je vrijedilo danas, sutra je već out. Uostalom, znamo kako su se stvari od tada uvelike promijenile. Web se razvio do neslučenih razmjera, a sudeći po današnjoj situaciji cijela priča se relativno brzo i sigurno seli na pametne telefone. Pridodamo li tome i nezaobilazne društvene mreže i među njima najveću i najpopularniju – Facebook, jasno je da

smo s obje noge duboko u digitalnom dobu koje se mijenja iz dana u dan. Podravkini kupci i potrošači svakodnevno su na webu. Kako bismo im omogućili da se što bolje upoznaju s našim proizvodima, na tržištima na kojima posluje objavljeno je čak 27 web stranica. Na Facebooku svoje fan stranice imaju naši brandovi Lino, Lero, Vegeta Natur, Studena, Podravka... Na YouTubeu, najvećem internetskom servisu za razmjenu video sadržaja, Podravkini video sadržaji pogledani su više od 1.200.000 puta, dok su slike na Flickru, poznatom online servisu za njihovu pohranu, pregledane 400.000 puta. Ukoliko još niste posjetili Issue, svakako to učinite. Na poznatom web servisu za objavu publikacija pogledajte što su objavili drugi, ali pronađite i prolistajte Podravkin bilten. Mnogo je toga što možete naći o Podravki i njezinim brandovima na internetskim stranicama, a još je vjerojatno više novih mogućnosti koje će se vremenom nametati i bez kojih neće-

mo moći. Upravo ta dostupnost, brzina i interakcija omogućuje nam da se prilagođavamo zatjevima naših potrošača, ljubitelja Podravkinih proizvoda i svih onih koji će to postati, a oni nam svoju zahvalnost pokazuju lojalnošću, savjetima i neprestanom brigom kako bi bili još učinkovitiji i bolji.

Da smo i na internetskom prostoru predvodnica trendova, pokazuju nam priznanja koja dobivamo kako za izgled samih stranica, tako i za funkcionalnosti koje one omogućuju. Nagrade više ne brojimo, no drage su sve koje stignu, a zadnja je ona za jedan od deset najboljih webova u kategoriji „Web promocija, community servisi i social media aplikacije“ dodijeljene na natječaju Vidi Web Top 100 2011. brandu Studena za Facebook aplikaciju „Studena te vodi u London“. Trebate li bilo kakvu informaciju o Podravki ili njezinim proizvodima, na našim internetskim stranicama ili pak, onima naših brandova sigurno ćete mnogo toga doznati.

## Obavijest o prodaji računala

Odjel prigodne prodaje obavještava radnike Podravke da organizira prodaju računala tranše 6 i to:

1. PC HP dc7900 SFF E-8400 160G 2.0G, Monitor HP L1908v Wide, 410 komada, 800,00 kn
2. Notebook HP Compaq 8530p P8600 15.4 2048/250, torba, miš, 89 komada 1.100,00 kn

U cijenu je uračunat PDV. Plaćanje na tri rate putem ustega na plaći.

Pravo prvootkupa imaju radnici koji rade na istim računalima iz tranše 6, a tek onda ostali radnici. Vremenski rok za predbilježbu radnika koji rade na tim računalima je 15 dana od objave ovog oglasa u listu Podravka, a poslije gube pravo na kupnju istih. Može se predbilježiti samo 1 (jedno) računalo. Predbilježiti se mogu samo kreditno sposobni radnici.

Predbilježbe i prodaja će se vršiti do isteka zaliha, po principu viđeno kupljeno. Na kupljena računala nema garancije.

Predbilježbe se vrše na email: mirjana.cahunek@podravka.hr ili tomlav.rogelj@podravka.hr ili tel. 651 781 najkasnije do 5. 02. 2012.

Radnike koji se predbilježe za kupnju računala tranše 6 sektor Informatika će obavijestiti o vremenu i mjestu preuzimanja računala.

## Obavijest o prodaji pekarskih proizvoda

Odjel PRIGODNE PRODAJE organizira prodaju pekarskih proizvoda proizvođača Podravkine pekarnice, uz mogućnost plaćanja na tri rate. Na ponudi su sljedeći proizvodi:

- A) Domaći slani klipci 50 g (polupečen), 40 komada u kartonu – 66,80 kn/pak.
- B) Pizza miješana 200 g (polupečena), 16 komada u kartonu – 147,68 kn/pak.
- C) Kukuruzno pecivo 100 g (polupečeno), 30 komada u kartonu – 72,90 kn/pak.
- D) Torbica sa višnjama 100 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 142,40 kn/pak.
- E) Torbica sa višnjama 45 g (nepečena), 80 komada u kartonu – 142,40 kn/pak.
- F) Torbica sa sirom 100 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 141,60 kn/pak.
- G) Torbica sa šunkom 100 g (nepečena), 50 komada u kartonu – 177,00 kn/pak.
- H) Roščić s marmeladom 80 g (nepečen), 40 komada u kartonu – 141,60 kn/pak.
- I) Roščić s lino ladom 80 g (nepečen), 45 komada u kartonu – 159,30 kn/pak.
- J) Croissant 35 g (nepečen), 100 komada u kartonu – 93,00 kn/pak.
- K) Hrenovka u tijestu 110 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 217,60 kn/pak.

Zainteresirani radnici mogu se predbilježiti najkasnije do 26. 01. na tel 651 781 ili 651 954 i na e mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

Napomena: Podjela pekarskih proizvoda vršit će se 31. 01. od 14.00 do 15. 30 sati ispred skladišta 163, Kolodvorska (preko puta dvorišta Galantpleta).



Peteranska c. 94, Koprivnica, Tel. 048/647-380  
...ponuda je sjajna, a kvaliteta trajna...  
Radno vrijeme: pon - pet: 07-19, sub: 07-14







KUHINJE, BIJELA TEHNIKA, ŠTEDNJACI I KAMINI, KERAMIČKE PLOČICE UMIVAONIKI BLOKOVI, KADE, TUŠ KADE I KABINE, CENTRALNO I PLINSKO GRIJANJE, ELEKTRO I VODOVODNI MATERIJAL

ELMA - LED, LCD TELEVIZORI - HI-FI LINIJE, KUĆNA KINA - FOTOAPARATI, KAMERE - LAPTOPI

A. Nemčića 8, Tel: 048/621 503 - WEB KAMERE - MEMORIJSKE KARTICE - FM TRANSMITERI - MOBILNI - OPREMA ZA MOBILNE

TELE2

## PODRAVKIN RESTORAN

### JELOVNIK ZA SIJEČANJ/VELJAČA

**23.01.2012. ponedjeljak**

Vojnički grah, salata

**24.01.2012. utorak**

Pureći paprikaš, tijesto, salata

**25.01.2012. srijeda**

Pečenje Štefani, restani grah, salata

**26.01.2012. četvrtak**

Junetina u saftu, riža sa šampinjionima, salata

**27.01.2012. petak**

Pohani oslić, krumpir slani, salata

**30.01.2012. ponedjeljak**

Varivo grah podravski, bilogorska kobasica, salata

**31.01.2012. utorak**

Đuveđ, rizi-bizi, salata

**01.02.2012. srijeda**

Kuhana junetina, umak od hrena, pire krumpir

**02.02.2012. četvrtak**

Pečena piletina, hajdinska kaša, salata

**03.02.2012. petak**

Mađarski gulaš, kolač

# Čaj i med - zajedno na tronu

*Znamo tek da je industrija čaja, kao i ona meda, na tronu prehrambenih trendova, a čaj postao luksuzno i prestižno dobro.*

*Piše: smihelac, Foto: internet*

P ostoji cijeli jedan svijet čajeva i meda i njihove sinergije, jednostavnih, odvažnih i nesvakidašnjih kombinacija. Za uspješan i užitkarski boravak u tom svijetu nekad dostaje intuicija, a ponekad dobro dođe i kakav naputak. Kombinacije meda i čaja mogu biti odgovor na različite potrebe i ukusne preferencije ljudi. Kod kombiniranja čaja i meda prilagodba ne smije biti jednosmjerna i nikako na uštrb jedne od tih namirnica. Dakle, pri odabiru ne dajemo prednost čaju nadopunjujući ga medom, već obje namirnice kombiniramo njihovim aromama. Čaj i med podjednako su vrijedni naše pozornosti.

Nijedna od aroma ne bi smjela dominirati ni odvrćati pozornost od one druge, već bi trebale činiti skladnu cjelinu. Poštujući to načelo, dominantnim čajevima pikantnog okusa dodijelit ćemo isti takav med (npr. aromatičan kestenov med), dok laganim i prozračnim čajevima prilažemo lagane i prozračne note meda (pr. cvjetnog). Bit je da se oba okusa razabiru i tvore harmoniju. Prilikom odabira meda za vaše čajeve imajte na umu koje čajeve preferirate i s kojim čajevima ćete med kombinirati. Ukoliko su vam pri srcu delikatni bijeli čajevi, kombinirajte ih s medom lucerne ili nekim drugim neutralnog okusa. Preferirate li bogate i intenzivne crne čajeve, kombinirajte ih medom heljde ili lipovim medom. Volite li citrusni okus čaja, posegnite za medom od narančinih cvjetova. Za voćne note čaja pobrinut će se med maline ili brusnice. Čajevi cvjetnog okusa dobro se nadopunjuju s većinom čajeva, a cvjetni, maslačkov i med od cvjetova jabuke su najsigurniji odabir. Pikantni čajeви trebali bi se držati intenzivnijih aroma meda, poput one maslačka. Popularne kombinacije su: čaj od metvice

s medom  
od metvice,  
čaj i med  
od kadulje ili  
čaj i med od la-

vande. Avokadov i eukaliptusov med dobro će se slagati s crnim čajem i mlijekom. Specifičan med od narančinih cvjetova daje novu dimenziju većini čajeva. Zbog svog sastava (fruktoze i glukoze) med je slađi od šećera, što znači da ga je za zaslađivanje čaja potrebno manje no šećera. Stupan "slatkoće" razlikuje se od meda do meda, stoga pri svakoj promjeni meda prvo nađite mjeru. Med dodajemo u topao čaj radi topljivosti, ali ne vrelo, što bi uništilo hranjiva svojstva meda. Miješamo med dok se ne rastopi.

## Činjenice, zanimljivosti i trendovi Med

Red je da nabrojimo med kojeg najčešće možemo naći u našim krajevima i to s obzirom na pašu pčela: bagremov med, cvjetni, livadni, šumski med, kestenov, smrekin, kaduljin med, metvičin, lavandin, lipov, maslačkov, med matičnjaka i drugi. Nešto egzotičniji na našem meniju je med: lucerne (alfalfa), heljdin, repičin, med narančinog cvijeta, med cvijeta jabuke, suncokretov med, hrastov med, malinov med, med brusnice, med od avokada, eukaliptusov med i drugi.

Sve češće se neki od mojih znanaca vraćaju s putovanja s plemenitim primjerkom meda kao suvenirirom, kojeg onda degustiramo i ophodimo se s dužnim gurmanskim poštovanjem. Zadnji takav je bio izvrstan toskanski kestenov med. Bez obzira na egzotiku, osobno su mi najdragocjenije kapi smrekovog meda s velebitških pašnjaka.

## Čaj

Što je prvo bilo, čajni marketing ili popularnost čajeva, ne znamo. Znamo tek da je industrija čaja, kao i ona meda, na tronu prehrambenih trendova, a čaj postao luksuzno i prestižno dobro. Stoga ne čudi da je čaj i jedna od prvih namirnica na putu ka fair-trade trgovini. Proizvođači najfinijih i najpoznatijih čajeva jesu: Japan, Kina, Tajland, Indonezija, Vijetnam, Malezija, Indija, Sri Lanka, Nepal, Bangladeš, Iran, Turska te zemlje Afrike. Čajevi s podrijetlom, posebne čajne kuće, čajni barovi, čajni sommelieri i čajni aficionadi, čajevi klasični, aromatizirani, profinjeni, čajevi s četiri kraja svijeta, čajevi s recepturom iz tibetanskih samostana, čajni obredi, čajevi u svilenim vrećicama, čajevi u rinfuzi, oni u metalnim ukrasnim tubicama, japanske kutijice za čuvanje čaja, čajni kolačići i keksi, čajne svijee, tradicionalni ručno izrađeni čajnici od lijevanog željeza, šalice, grijači vode s termostatom, mjerne žličice, bambusove lopatice, sve su to sastavni dijelovi vokabulara jednog čajnog connoisseura. Među connoisseurse spadaju i osnivači tvrtke Le Palais des Thés, kojih je čak 50. Entuzijasti koji su se okupili oko zajedničke strasti prema čaju, kako njihova promotivna kampanja kaže, tijekom cijele godine putuju svijetom u potrazi za najrjeđim i najkvalitetnijim primjercima. Čajeve kupuju direktno na plantažama od uzgajalaca. Postoje i barovi specijalizirani za kušanje čajeva i meda. U njima se povremeno održavaju i radionice i prezentacije na kojima polaznici imaju priliku upoznati bogatstvo i raznovrstnost svijeta čajeva, umjetnost kombiniranja čaja i meda, prepoznati i usporediti različite okuse, teksture i osjećaj tih namirnica. Zadatak čajnih sommeliera je da prezentiraju sofisticiran i raznovrstan svijet čaja. Čaj i med kao poklon, suvenir, pitanje prestiža, stvar opće kulture ili jednostavno zdrav užitak?!

# Šefica kuhinje Ana Asić



Ako je rođena 1984. god. mlada Ana Asić je od ove godine postavljena za šeficu kuhinje u Općoj bolnici Gospić. Iznimno zahtjevnu bolničku kuhinju Ana je jako dobro savladala budući da mentorice ima u svojim dijetetičarkama Ivani Smolčić i Mariji Binički. Ovaj tim uz naravno ostale djelatnike kuhinje zadužen je za svakodnevnu prehranu bolesnika smještenih na raznim odjelima OB Gospić. Ana je od završetka srednje škole zaposlenik u bolnici gdje već 9 godina specijalizira taj segment kuhanja. Naravno da se pri tome mora paziti na omjer masnoća i ugljikohidrata,

## Lagana piletina

Za 4 osobe

- pileći file 800g
- brokula Podravka 250g
- cvjetača Podravka 250g
- baby mrkva Podravka 250g
- Rama culinense 50g
- krumpir 250g
- mlijeko 200ml
- pasirani grašak 100g
- Sol, papar, Vegeta

### Priprema:

Pileći file izrežemo na medaljone popržiemo na biljnoj masnoći Rama culinense. Podravkinu smrznutu brokulu, karfiol, mrkvu skuhamo u posoljenoj vodi, ocijedimo te prelijemo s tekućim maslacem Rama culinense. U drugoj posudi skuhamo krumpir, očistimo i napravimo pire u koji dodajemo i pasirani grašak. Tako pripremljene namirnice spremne su za serviranje.



Lagana piletina

te hranjive vrijednosti koje krajnji konzumenti unose u organizam, ali Ana pazi da sve što kuha pripremi prema svim standardima koji su postavljeni pred nju.

### Koje je za vas najveće priznanje?

Odmah po završetku srednje ugostiteljske škole profesionalni put započela sam u kuhinji Opće bolnice Gospić. Nakon osam godina rada i usavršavanju pripreme bolničkih jela dobila sam promaknuće u šeficu kuhinje. Očito je da su moji pretpostavljeni prepoznali da dobro radim svoj posao i ukazali mi povjerenje postavivši me na mjesto šefa. Za mene je do sada to najveće priznanje jer sam još uvijek mlada, a obnašam tako zahtjevnu funkciju.

### Koja jela preferirate?

Preferiram jela koja su karakteristična za ovaj kraj. Specijalitete Like proizašli su iz načina života ovog dijela Hrvatske koji obiluje pašnjacima i šumama, a odlikuje je jednostavnost pripreme tih naših jela. Volim pripremati jela na otvorenoj vatri ali to su rijetke prigode kada se kuha za prijatelje i obitelj i tada koristim puno šumskih plodova. Volim jela s kiselim kupusom, palentom, graham, pečenim krumpirom i to u ljusci.

### Neizostavni dodaci u kuhinji?

Ako pričamo o bolničkoj prehrani tu moramo paziti na pravilan omjer svih

sastojaka koje upotrebljavamo u pripremi jela kako se ne bi poremetile vrijednosti kod pacijenata koji su na oporavku u našoj bolnici. Uz pomoć mojih šefica dijetetičarki radimo meni i za svako jelo određujemo kako mora biti pripremljeno, masno ili nemasno, manje ili više začinjeno. U svakom slučaju Vegetu koristimo jednako kao i prije budući da je to dodatak jelima koji može samo poboljšati okus jela. Često radimo i kolače i to isključivo s Podravkinim brašnom.

### Što volite kuhati?

Ponekad sama sebe upitam da li je ovakav način kuhanja na poslu ostavio traga na meni kad kuham kod kuće, ali ne. Još uvijek volim pripremiti dobar gulaš ili ispeći meso na svinjskoj masnoći. Volim raditi jela na onaj klasičan, tradicionalan način kako su kod nas radile naše bake. Istina, ta jela su puno teža od onih koja pripremam u bolnici ali sve su to posebni gušti.

### Što je za vas idealan ručak?

U samom uvodu našeg razgovora rekla sam da volim tradicionalna jela koja se od davnina kuhaju u Lici ali ako hoćete dati ću vam sad iskren odgovor. Idealan ručak za mene je kad dođem kući, a moj suprug me dočeka sa postavljenim stolom, skuhanim ručkom i pripremljenim desertom. A što je skuhao i koji je kolač ispekao, sasvim je svejedno.

Danijela Bušić

# Sretna sam jer sam dobila priliku raditi u kompaniji kao što je Podravka

Piše: Vjekoslav Indir



**D**anijela Bušić rođena je Vukovarka koja već punih šesnaest godina radi u Podravki. Svoje početke rada veže nažalost uz sjećanja na ratne strahote koje je morala proživljavati u svom rodnom gradu i iz kojeg je morala otići. Kako joj suprug u podravskom kraju ima rodbinu, putju je tih godina donio i ovaj kraj i Podravku gdje je u konačnici i dobila posao. Njezin život na neki način obilježila je Koprivnica u kojoj se vjenčala te rodila najstarije dijete kćer Saru. Danas svakodnevno u naše predstavništvo u Osijeku, gdje radi na mjestu referenta prodaje Tržišta RH, putuje autobusom iz Vukovara u koji se vratila čim su se stekli uvjeti za kakav takav normalni život. Vrijeme putovanja na posao i s posla u autobusu uvijek krati dobrom

knjigom.

- Izuzetno sam sretna i zahvalna što sam u vrijeme progonstva uz veliko razumijevanje i podršku Podravkaša dobila priliku raditi u kompaniji kao što je Podravka. Te 1996. počela sam raditi u Sektoru Prodaje na drugom katu Podravkine sedmerokatnice prisjeća se tih početaka Danijela te nastavlja:

- Ujedno sam imala sreću raditi s ljudima koji su bili prije svega dobri učitelji, te su uz sve obveze i zahtjevnost svog posla bili izuzetno susretljivi i puni razumijevanja da me nauče raditi posao koji i danas obavljam. Ja taj trud i brigu koju su mi Podravka i Podravkaši tada pružili nastojim svojim predanim radom vratiti. Danas nakon ovih godina rada i kao majka troje djece uz Saru,

tu su još Luka i Dorijan, ponosna sam jer znam da sam dio jedne velike kompanije sa srcem.

- Nakon procesa mirne reintegracije 1999. vraćam se u rodni Vukovar i počinjem raditi na radnom mjestu referenta prodaje Tržišta RH u Podravkinom predstavništvu u Osijeku. Kao i u svakom poslu u procesu prodaje i posao referenta prodaje je izuzetno dinamičan, kreativan i uvijek iznova zanimljiv. Svakodnevno je u fokusu veliki broj informacija i zadataka koje treba prosljediti na teren prodajnoj operativi ili centrali. Zato se maksimalno trudimo da kao neka vrsta servisa kvalitetno i u što kraćem roku ispunimo sve radne zadatke. Tako smo i s godinama ustrojili vlastite alate koji nam pomažu da budemo što samostalniji u radu i poslovanju predstavništva. Rad ovdje u predstavništvu u Osijeku se ne razlikuje od rada u centrali i kao svaki rad ima svojih dobrih i loših strana koje nastojimo što prije prevladati. Tako je nekada bio problem protoka informacija, danas s informatizacijom toga više nema. I tehnologijom, ali i stečenim iskustvom kroz godine sav ovaj posao se ubrzava i olakšava - govori nam Danijela.

Povratak u razoreni Vukovar sa suprugom Ivicom, koji ima privatnu tvrtku, bio je težak ali i radostan jer se vraćala u svoj grad.

- U Vukovaru se danas popravlja uvelike situacija za život s obzirom kad se sjetim kakva je ona bila onih godina kada smo se mi vratili. Problem je grada još uvijek slab razvoj gospodarstva. Još se veliki broj prognanih Vukovara ne vraća jer teško je pronaći zaposlenje. No, život ide dalje. Ima, moram priznati i zanimljivih životnih priča i situacija, pa primjerice dosta ljudi putuje iz Vinkovaca i Osijeka na posao u Vukovar. Vukovarci Podravku doživljavaju kao veliku kompaniju, koja cijeni svoje potrošače, a tu toplu brigu za njih ljudi osjećaju i pamte.

# Božica Vukajlović, Podravkina umirovljenica

## U Podravki su se stvarali temelji marketinga

Piše i Foto: Vjekoslav Indir



se vrlo odgovorno odnosili prema zadacima koje smo morali obavljati, prisjeća se Božica te nastavlja:

-Bilo je raznih poslova, od okružnica, kontakata sa studentima koji su sudjelovali kao honorarci u Podravkinim akcijama, rekla bih manje-više operativni poslovi. Osim toga sudjelovala sam i u realizaciji nagradnih igara organiziranih za Podravkine potrošače. Već u to vrijeme nagradne igre organizirale su se otprilike jedanput godišnje. I nekada kao i danas nagrade koje su se osvajale bile su privlačne i njima su se uvijek postizali pozitivni efekti za Podravku. Sav taj posao uvijek je bio zanimljiv i dinamičan, pa i zato što su u marketingu uvijek radile mlade osobe. U vrijeme kad sam ja otišla u mirovinu imala sam pedeset i tri godine, a bila sam najstarija.

Istaknula nam je i kako je ona, kao i cijela njezina tadašnja generacija, imala sreće pa je do zaposlenja dolazila bez problema. To je bilo vrijeme kada je Podravka, barem svake dvije godine otvarala novu tvornicu i zapošljavala nove radnike.

-Bila su to dobra vremena za gospodarstvo. Nije bio problem prodati sve

što se i proizvelo. U vrijeme kada sam ja radila u Podravki su se doslovno stvarali temelji marketinga. U tim vremenima Podravkin marketing bio je sinonim za marketing tj. pokazatelj kako se on treba voditi, govori nam Božica. Na događaje u Podravki i oko nje još uvijek gleda kao da je i dalje član njezinog kolektiva. U Podravki rade njezin suprug i brat, tako da joj nikako nije svejedno što se s kompanijom događa. No, uvjerena je da pred Podravkom predstoje bolji dani i prosperitet. Uostalom Podravka je vrlo značajna za cijeli naš kraj, rekla je Božica.

-Volim pomagati ljudima. Tako danas, kad imam više vremena, svim mojim dragim susjedima, prijateljima pomognem kad god je to potrebno. Ako treba nekoga odvesti kod liječnika ili ako treba susjedi koja je na poslu naložiti u centralnom, nije mi teško i s veseljem to činim. Drago mi je kad mogu pomoći ljudima i općenito činiti dobro. Volim društvo tako da nikako ne propuštam redovito okupljanje s prijateljicama svakog četvrtka na kavi. Imam i malog unuka kojega volim najviše na svijetu i koji mi pruža veliko veselje. Njemu se želim još više posvetiti.

**B**ožica Vukajlović svoj prvi posao u Podravki, prije trideset i pet godina, dobila je kao poslovna tajnica. Nešto kasnije prelazi u marketing u kojemu je i ostala do odlaska iz kompanije.

-Nakon što sam otišla u mirovinu osjećala sam se pomalo izgubljeno. No, sad je već bolje. Navikla sam se na drugačiji ritam života. Najveći dio svog radnog vijeka u Podravki provela sam upravo u marketingu. Imala sam sreće raditi na radnim mjestima gdje je uvijek bilo dinamično i zanimljivo. Posao mi nikada nije bio monoton što je meni kao osobi jako odgovaralo. Kad sam počela raditi kao tajnica gospodin Đuro Bijač bio je direktor prodaje. To su bila vremena u kojima sam se doslovce kalila na poslu i mogu reći kako je tada bilo puno respekta na poslu prema svakom radniku i poslu koji je on obavljao. S druge strane svi mi smo



**Podravkin marketing bio je sinonim za marketing tj. pokazatelj kako se on treba voditi**



### Fata o svom uspješnom braku

- Moj Mujo je jako pažljiv. Triput tjedno me vodi na burek. Ja ga napravim i ispečem, a on mi kaže: "Ajde, izađi iz kuhinje i pojedi i ti malo."

- Popodne nikad ne spavamo zajedno. On spava sam na kauču u dnevnom boravku, a ja brišem prašinu i perem suđe.

- Svakog mjeseca, čim dobije plaću, kupuje mi poklone. Uvijek dobijem deterdžent za suđe, da se ne mučim i perem na suho i WC sanitar da ne mora da trljam kadu i pločice samo sa četkom i vodom. Zato svaki dan kažem sebi: "Bona, Fato, koje si ti sreće. Pa 'gdje nađe ovakvog čovjeka?"

- Rođena sam u studenom, pa mi Mujo za svaki rođendan pokloni četiri metra drva i onda gleda kako uživam u poklonu dok ga unosim u podrum. Dok uživamo kraj vatre u peći, ja odmah spomenem da bih za Novu godinu voljela dobiti na poklon dvije tone ugljena. Iako kipi od bijesa, uvijek se suzdrži, pa me ne odalami, al' kaže: "Tek si jedan poklon otvorila, a već misliš na drugi...." al' takve smo mi žene, što se tu može...

- On me kao dobar muž tjera da držim dijete kako bi dobro izgledala. Stavio je ključ na frižider, a ako napravim batake za ručak, on pojede sve, a meni, duša moja, ostavi samo krumpir. Kad mu kažem: "Mujo, pa nisu nam i djeca na dijete, ostavi im bar jedan batak", on mi odgovori: "Jesu, cure su - moraju biti mršave!" Takav je moj Mujo, pravi moderni domaćin, koji vodi računa da mu žena i kćeri uvijek budu vitke.

- Kad šetamo robnom kućom, izgledamo kao zaljubljeni par, jer me on drži za ruku. Lijepo mi je zavrne da ne mogu ništa da pipam.

- On ne želi da se mučim, pa me svake noći istjera iz spavaće sobe da ne bih morala slušati njegovo hrkanje.

- Što je 'je', ne da mi da sama radim po kući. Uvijek natjera mene i moju majku da zajedno radimo.

- Nikad se ne kupa bez mene - jednom mjesečno fino me zamoli da mu ugrijem vodu, ulijem u kadu i da mu istrljam leđa. Uvijek plače ako ga šampon ujede za oči, al' šamar mi lupi samo ako ga baš jako peče. Ako budem dobra i ne ujede ga nikako za oči, onda me pusti da se okupam u istoj vodi kad on izađe iz kade. ... takav je moj Mujo.

### Čavao

Amerikanac imao tvornicu čavala i čuo da Bosanci mogu zakucači čavao glavom u zid. Mislio je da bi to bilo dobro za reklamu ... Došao on u Bosnu da nade jednog ... U vlaku za Prnjavor sretne Muju i pita ga:

- Je li istina da ovdje ima ljudi koji mogu zabiti čavao glavom?

- Kako da ne, evo mene, nema greške!

Da mu Amerikanac jedan mali za probu, Dum! Iz jednoga poteza ... Amerikanac ne može vjerovati. Uzme jedan osrednji, pa ga zamoli da i njega zabije u zid kupea! Mujo "nanišani" ... i Dum!

Zakuca ga k'o od šale! Amerikanac i dalje ne vjeruje i vadi jedan ogroman čavao, daje ga Muji i kaže:

- Mujo, ako ovaj ukucaš u zid kupea bit će svega, love, cuge, komada ... vodim te u Ameriku da snimamo reklame!! Krene Mujo, Dum!... ništa ... Još jednom Dum!... i opet ništa ... treći put Dum!... ništa, čavao se niti ne pomakne. Mujo, sav bijesan, ustane i ode do susjednog kupea:

- Bolan, Haso, pomakni glavu, nije mi do zajebancije!

### Mujo i Haso

Kupio Haso Mercedes i pozvao Muju da se malo provozaju. Prije semafora auto počne kočiti. Pita Mujo: "Što je to Haso?" Haso mu odgovori: "ABS"

Nakon nekog vremena kupio Mujo "fiću" i pozvao Hasu da se provozaju. Prije semafora Mujo počne kočiti i jedva stane. Pita ga Haso: "Što je to Mujo?"

Mujo mu odgovori: "ASS" Pita ga Haso: "A što je to?"

Mujo mu kaže: "Ako stane stane"

### Informatički

Koliko je potrebno Microsoftovih inženjera da zamjeni žarulju?

- 4

Prvi bi pitao: Koji je serijski broj sijalice?

Drugi: Da li ste ju probali registrirati?

Treći: Da li ste ju probali reinstalirati?

Četvrti: Vjerojatno je problem u hardware-u jer u mom uredu radi sasvim dobro.

Što je to BIOS?

Bona ldi Operi Suđe

Ulazi informatičar u mesnicu i kaže prodavačici:

- Dajte mi 300g salame.

- Prodavačica: Da vam narežem?

- Informatičar: A ne, stavi mi na USB.

Umro haker i otišao u pakao. Poslije nekoliko dana zove đavao Boga i pita ga:

-Dođavola, što ste mi ono poslali umjesto čovjeka?

Razbio mi sve kotlove, podavio sve vražice i evo već

Treći dan trči po hodnicima i viče: Gdje je prijelaz na sljedeći nivo?

NIŠTA VRIJEDNOGA! SAMO NEKAKVE  
OBVEZNICE!



Karikatura: Ivan Haramija-Hans

# Koprivnički cvjećari u Podravkinom muzeju prehrane 30. jubilej u cvjetnim kreacijama koprivničkih obrtnika

Piše: Dijana Jendrašinkin

Podravkin Muzej prehrane bit će domaćin Izložbe cvijeća koja će biti otvorena 27. siječnja u organizaciji Sekcije cvjećara pri Udruženju obrtnika Koprivnica. Riječ je o već tradicionalnoj, 3. izložbi cvijeća koprivničkih cvjećara. Podravkin Muzej prehrane će spomenutom izložbom na svojevrsan način ući u obljetničku 30. godinu postojanja i time se prvi put uključiti u program „Noći muzeja“.

-Drago nam je što je Udruženje obrtnika prepoznalo naše prostore kao odgovarajuće i što smo pokrenuli zanimljivu suradnju. Cvijeće ionako donosi moćnu simboliku, pa vjerujem kako će posjetiteljima biti zanimljivo vidjeti maštovite kreacije koje će vjerujem koprivnički cvjećari napraviti te oplemeniti prostore etnografske zbirke koja se prostire na 100 četvornih metara prostora muzeja – istaknula je voditeljica Muzeja prehrane Nada Matijaško.

Dodala je kako će posjet Izložbi cvijeća biti prilika i za razgledati stalni postav zbirke industrijske tehnologije svim Koprivničancima, ali i ostalima koji namjeravaju u Noći muzeja vidjeti ono što još nisu kako bi bolje upoznali inovativnost i originalnost Podravkinih djelatnika kroz povijest. Primjerice, prvu liniju za proizvodnju Podravkinih juha godišnje pogleda gotovo 8000 posjetitelja iz svih krajeva Hrvatske.

-Posjetiteljima će sigurno biti zanimli-



vo vidjeti i povijest cvjećarstva u Koprivnici jer ove godine cvjećari će, kaže tajnica Udruženja obrtnika Koprivnice Jasmina Markota, prvi put u sklopu izložbe pripremiti i mali povijesni osvrt na koprivničko cvjećarstvo o kojem se može govoriti od sredine 1966. godine kada je Komunalno poduzeće na Gradskoj tržnici otvorilo prvu cvjećarnicu. Nakon toga od 1972. godine počinje era privatnih cvjećarnica.

Na ovogodišnjoj Izložbi cvijeća koja je već prepoznata i naišla na dobre odjeka ranijih godina, svoje će maštovite cvjetne kreacije predstaviti osam cvjećara i bit će ponovno zanimljivo vidjeti rezultate njihove kreativnosti – napominje Jasmina Markota.

Inače, široj javnosti već dobro poznata kulturna priredba „Noć muzeja“, koju organizira Hrvatsko muzejsko društvo u svrhu popularizacije muzeja općenito, ove će se godine održati po sedmi puta i to 27. siječnja. Atraktivni programi, besplatan ulaz i mogućnost razgledanja muzejskih zbirki do dugo u noć, iz godine u godinu privlače sve veći broj ljudi u muzeje širom Hrvatske. Na dan otvorenja Izložbe cvijeća, 27. siječnja, Muzej prehrane bit će otvoren od 18 do 24 sata. Izložba će se moći razgledati sve do 2. veljače: radnim danom od 10 do 18 sati, a u subotu i nedjelju od 10 do 13 sati u Koprivnici, u prostoru „Muzeja prehrane“ Podravka u Starogradske ulice bb.

## Održana promocija knjige Ljerke Puklavec

U organizaciji literarne sekcije KUD-a „Podravka“ u Podravki je održana promocija zbirke pjesama „Ruka piše, srce govori“ Ljerke Puklavec iz Zablatja. Ovo je autoričina prva tiskana zbirka poezije koja je nastajala dugi niz



godina, a sad je ugledala i svjetlo dana. U knjizi prevladavaju pjesme pisane o ljubavi, i kako je autor predgovora u knjizi Mladen Levak napisao, ovo je lirski ljubavni spomenar. U predstavljanju knjige

sudjelovali su članovi literarne sekcije Podravke, a program je vodila Marija Hegedušić. Gost promocije bio je Vladimir Škarec Škaro, te brojni uglednici iz Koprivničko-križevačke županije. (A.V.)

## Studena nagradila Blanku

**B**lanka Vlašić uvjerljiva je pobjednica izbora za sportašicu 2011. godine kojeg su provele Sportske novosti. Prema mišljenju više od 350 sportskih novinara Hrvatske koji su se odlučivali između nekoliko nominiranih sportašica, Blankino srebro sa svjetskog prvenstva u J. Koreji i pobjeda u Dijamantnoj ligi najbolja su sportska postignuća hrvatskih

sportašica u 2011. godini. Veliki pehar Sportskih novosti koje već 60 godina organiziraju izbor sportaša godine, Blanki je uručen na svečanosti u Zagrebu. Usto je primila i poklon Podravke kojeg joj je predala Maja Vresk, direktorica Marketinga pića. Tako je još jednom potvrđena uspješna suradnja Studene i najbolje hrvatske sportašice. (J.L.)



Maja Vresk čestita Blanki Vlašić

## Lino darivao mlade hrvače Podravke

**N**akon izrazito uspješne sezone u kojoj su osvojene 33 zlatne, 17 srebrnih i 26 brončanih medalja na domaćim i međunarodnim natjecanjima, te 11 pojedinačnih naslova prvaka Hrvatske, Hrvčki klub Podravka novu je godinu dočekao u novom sportskom prostoru. Zahvaljujući potpori grada i županije u OŠ Braća Radić uređena je nova dvorana za treninge u kojoj su uz strunjače i ostale rekvizite za trening, mjesta našli

i brojni trofeji ovog uspješnog kluba. Svečano otvaranje novouređene dvorane održano je na izmaku 2011. godine, a prisustvovali su mu i zamjenica gradonačelnika Koprivnice Vesna Željeznjak, predsjednica Zajednice športskih udruga Grada Koprivnica Jasmina Stričević, dožupan Koprivničko-križevačke županije Ivan Pal te najbolji hrvatski hrvači Neven i Nenad Žugaj. Mogućnost upoznavanja s braćom Žugaj koji su zbog postignutih rezul-

tata svrstani u svjetsku hrvačku elitu te tako postali pravi sportski uzori, posebno je razveselila mlade hrvače. Dodatno veselje pružio im je medvjedić Lino koji se pomalo nespretno okušao u nekim hrvačkim zahvatima, ali i pokazao veliko plesno umijeće. Kako i ne bi, kada su mu zaszvirali djedice u crvenom doprativši Djeda Mraza koji je došao darivati najmlađe članove Hrvackog kluba. Lino je pomagao i u dijeljenju poklona, pomno prateći da se paketi Podravkinih proizvoda nađu u svim dječjim rukama. (J.L.)



Mladi hrvači Podravke

## Farmaceuti se pripremaju za proljetno prvenstvo u Makarskoj

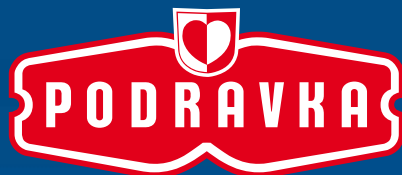
**N**a prvoj prozivci za pripreme trener Slaven Belupa Roy Ferenčina okupio je sljedeće igrače: Rodić, Pelin, Marković (vratari), Kokalović, Maras, Pilipović, Grgić, Purić, Geng, Bubnjić, Šestak (obrana), Gregurina, Brezovec, Milardović, Glavica, Jakšinić, Poljak, Čanađija, Kuprešak, Brlek (vezna linija), Benko, Bušić, Mujanović, Jurakić, Abramović, Maretić (napadači). Prvih desetak dana Slavenaši su se pripremali za nastavak prvenstva u Koprivnici, a onda su 18. siječnja otišli u Makarsku gdje će ostati do 27. siječnja te u sklopu priprema odigrati i

nekoliko prijateljskih utakmica. Nakon Makarske farmaceuti se vraćaju u Koprivnicu, a zadnji ciklus priprema obavit će u Medulinu, gdje će boraviti do 11. veljače.

-Startali smo s pomlađenim kadrom igrača, iako je kičma momčadi iz jesenske sezone. Ugovore smo sporazumno raskinuli s Vojnovićem, Šomocijem, Havojićem i Mamićem na čija će mjesta uskočiti igrači iz naše škole nogometa i neki koji su na posudbi u trećeligašu Koprivnici. O njima ovisi hoće li se nametnuti treneru Ferenčini kroz pripreme utakmice. Cilj nam ostaje

plasman u Europu i mislim da to možemo ostvariti s igračima koje imamo. Prijelazni rok je u tijeku, traje do 31. siječnja i uvijek postoji mogućnost da neki igrač dođe u našu sredinu, a neki ode iz nje. U proljetnoj sezoni imamo 13 kola i vjerujemo da možemo zadržati treće mjesto koje nam osigurava europski plasman – rekao je direktor Slaven Belupa Zvonimir Šimunović.

-Zadovoljan sam igračkim kadrom s kojim smo krenuli u pripreme i vjerujem u europski plasman. Igrači koji su nas nedavno napustili nisu bili standardni u momčadi i neće nam nedostajati. Najvažnije, da se dobro pripremimo, nikog se ne bojimo i vjerujem u uspješno proljeće – optimistički je istaknuo trener Ferenčina. (B.F.)



# *Kobasica fina - Dalmatina!*



*Zima vam je?  
Vratite ljetni ugodaj uz  
Dalmatinu!*

# Lino i Kviki na Zimskim bazezancijama



Veseli mališani na Cerinama

Unatoč debelom krznu medvjedić Lino voli i vodene sportove. Pokazao je to družeći se s djecom na Zimskim bazezancijama održanim na ko-

privničkim bazenima Cerine. Doduše Lino nije skakao u vodu ili plivao nego bodrio dječake i djevojčice koji su se utrivali u delfin štafetama i na „luftićima“, vozili

kajake, te se vješto pentrali na velikom aquatrack poligonu. Lino je hrabrio male plivače, čestitao na svakom uspješnom potezu natjecatelja, grlio pobjednike, tješio one u čijim očima su se pojavile suze zbog malog broja osvojenih bodova. U druženju s djecom pridružio mu se i prijatelj Kviki što je izazvalo dodatno veselje. S Linom i Kvikijem mnogi su se poželjeli fotografirati, a posebice pobjednici u nekoliko kategorija koji su sa svojim medaljama i diplomama ponosno stali na pobjedničko postolje. Svim natjecateljima, a bilo ih je gotovo dvije stotine, Lino i Kviki dali su poklone Podravke. Dobru zabavu obećali su im i na Ljetnim bazezancijama koje već sada sva djeca s nestrpljenjem očekuju.

Ovakvi zanimljivi sadržaji odličan su oblik obogaćivanja slobodnog vremena djece, a svojim uključivanjem u njih, Podravka potvrđuje svoju društvenu odgovornost i prema najmlađima.

## Nagrađeni dječaci i djevojčice



Izrazito smo zadovoljni odazivom djece i atmosferom koja je ove godine vladala na Zimskim bazezancijama. Djeca su imala priliku usavršiti svoje plivačke vještine, družiti se s vršnjacima, testirati svoju spretnost i brzinu. Za njihovu zabavu pobrinulo se čak 14 animatora i volontera, a svima se posebno svidjelo druženje s Linom i Kvikijem, te Cocom -maskotom Croatia osiguranja koje nam je uz Podravku dalo podršku u ovom projektu. Već sada promišljamo njegov ljetni nastavak- rekla nam je Petra Bijač, stručna suradnica za marketing, prodaju i trgovinu na bazenima Cerine.



Lino



studena.



Studenac



www.podravka.com