LIST DIONIČARSKOG DRUŠTVA "PODRAVKA" KOPRIVNICA | STUDENI 2016. | GODINA 54. | BROJ 2032

PODRAVKA



Rast prihoda i neto dobiti

Zaposlena nova generacija SHAPE-a

Odlični rezultati na Halal tržištu

Lino® Junior

NOVO!

snage puna žličica



78% preporučene dnevne količine kalcija

85% preporučene dnevne količine željeza

26% preporučene dnevne količine vitamina D

Dođe vrijeme kada beba može sve i sama. Zato novi Lino Junior s 5 žitarica i 5 vrsta voća pruža djetetu potrebne vitamine i energiju, ali i užitak od najranijeg djetinjstva.

PRIRODNO I FINO

PODRAVKA

WWW.LINO.EU

Sadržaj

Rast prihoda i neto dobiti

5. Zaposlena nova generacija SHAPE-a



6. Predstavljen Food Solution

Nezaobilazni Lino Viber



8. Razgovor - Barbara Pejnović
10. Internacionali
11. Žito
12. Belupo
13. I ja sam Podravkaš

Lino Višebojac



16. Hack the future of food
17. Coolinarika
18. Recept za izvrsnost

20. Kultura



21. Održivi razvoj
22. Obavijesti
23. Križaljka

Poštovane Podravkašice i Podravkaši,

nastavak pozitivnih trendova poslovanja na svim razinama obilježilo je rezultate poslovanja Grupe Podravka za prvih devet mjeseci ove godine pa su tako prihodi od prodaje ostvarili značajan rast od 23 posto, sve regije su ostvarile rast prihoda, na inozemnim tržištima ostvareno je 66 posto ukupnih prihoda, a neto dobit porasla je za 8,6 posto. Zadovoljstvo ostvarenim rezultatima ne krije niti predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić te, između ostaloga, ističe:
„Porast udjela izvoznih tržišta u ukupno ostvarenim prihodima potvrđuje da je strateško opredjeljenje rasta na izvoznim tržištima u potpunosti opravdano.“

A koliko su važna inozemna tržišta pokazuje i vrijednost globalnog Halal tržišta koja je procijenjena na oko 2 trilijuna američkih dolara i tu Podravka traži svoju šansu te nam je cilj da za 5 godina prihod od naših Halal proizvoda čini 10 posto ukupnih prihoda kompanije.
Nastavljajući dosadašnju praksu zapošljavanja, Podravka je kroz SHAPE program zaposlila 19 mladih, visokoobrazovanih ljudi te se nastavila lijepa tradicija od 2012. godine kada je započeo SHAPE program i kroz kojega je do sada zaposleno više od 100 visokoobrazovanih mladih stručnjaka.

Svojom neprikosnovenom kvalitetom Vegeta je i dalje vodeći brand na hrvatskom tržištu te najjači domaći brand u Adria regiji prema istraživanju međunarodne agencije Ipsos. Uz nju, visoku 3. poziciju po snazi domaćih brandova u regiji zabilježile su i Podravka juhe. Na domaćem tržištu, uz Vegetu, u top 50 najjačih brandova još su se svrstali i Podravka proizvodi od rajčice, juhe u vrećici, ukiseljeno i konzervirano povrće, ajvar te voćni namazi.
Ovo su samo neke od tema u našim novinama, a o brojnim domaćim i međunarodnim događanjima upoznajte se na idućim stranicama. (R)

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 1. - 9. 2016. GODINE

Grupa Podravka ostvarila rast prihoda i neto dobiti

- prihodi od prodaje ostvarili značajan rast od 23 posto
- sve regije ostvarile rast prihoda
- na inozemnim tržištima ostvareno 66 posto ukupnih prihoda
- neto dobit porasla za 8,6 posto

Nastavak pozitivnih trendova poslovanja na svim razinama obilježilo je rezultate poslovanja Grupe Podravka za prvih devet mjeseci 2016. godine, a koje je na svojoj sjednici utvrdila Uprava i Nadzorni odbor Podravke d.d. Na razini neto dobiti Grupa Podravka je zabilježila rast od 8,6 posto u odnosu na isto razdoblje godinu ranije i ostvarila 142,2 milijuna kuna neto dobiti.

Prihodi od prodaje Grupe Podravka ostvarili su značajan rast od 23 posto i iznosili su 3.030,8 milijuna kuna. Strateško poslovno područje Prehrana ostvarilo je prihode od prodaje u iznosu od 2.465,2 milijuna kuna što predstavlja rast od 30 posto, a rast se velikim dijelom pripisuje konsolidaciji Grupe Žito. Prihodi od prodaje vlastitih marki proizvoda unutar Strateškog poslovnog područja Prehrana porasli su za 25 posto.
Prihodi od prodaje drugog Strateškog poslovnog područja Farmaceutika iznosili su 565,6 milijuna kuna. te su u odnosu na usporedno razdoblje godinu ranije, usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika, ostvarili rast. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment Farmaceutike bi ostvario rast prihoda od 3,5 posto u odnosu na isto razdoblje godinu ranije. Vlastite marke proizvoda u okviru ovog strateškog poslovnog područja zabilježile su rast prihoda od 5,2 posto, ponajviše uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije.

„Pozitivni trendovi poslovanja na svim razinama se nastavljaju i to je ono što nas posebno veseli. Unatoč velikom negativnom utjecaju tečajnih razlika, dodatnim aktivnostima uspjeli smo povećati profitabilnost naše kompanije i ostvariti porast prodaje u svim regijama. U narednom razdoblju očekujemo daljnji iskorak u širenju poslovanja izvan domaćeg tržišta, na kojem trenutno ostvarujemo oko 34 posto ukupne prodaje. Porast udjela izvoznih tržišta u ukupno ostvarenim prihodima potvrđuje da je strateško opredjeljenje rasta na izvoznim tržištima u potpunosti opravdano“ - istaknuo je predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić prilikom objave rezultata poslovanja.
Kada je pak riječ o tržištima Grupe Podravka, valja istaknuti kako su sve četiri regije ostvarile porast prihoda od prodaje u odnosu na isto razdoblje godinu ranije. Najveći rast prihoda zabilježila je Regija Rusija, ZND i Baltik i to 55,2 posto pri čemu se podjednaki doprinos pripisuje i Prehrani i Farmaceutici.
Treba spomenuti kako je značajan negativan utjecaj na prihode od prodaje Grupe Podravka imao utjecaj valutnih tečajeva i to u iznosu od 51,5 milijuna kuna. Najveći negativan utjecaj bilježe ruska rublja (-26,8 milijuna kuna), euro (-9,1 milijun kuna) te poljski zlot (-6,1 milijun kuna). (R)

Vegeta i dalje vodeći brand na hrvatskom tržištu te najjači domaći brand u Adria regiji

Istraživanje međunarodne agencije Ipsos ponovno je pokazalo da je Vegeta najjači domaći brand u Adria regiji te i dalje vodeći brand po snazi na hrvatskom tržištu, ispred svih jakih domaćih i internacionalnih brandova.
Vegeta je svojom neprikosnovenom kvalitetom proizvoda te snažnim i inovativnim promotivnim aktivnostima izgradila brand koji danas potiče slobodu kulinarstva kod svih ciljnih skupina širom Adria regije, što u konačnici i dokazuju rezultati ovog istraživanja.
Uz Vegetu, visoku 3. poziciju po snazi domaćih brandova u regiji zabilježile su i Podravka juhe. Na domaćem tržištu, uz Vegetu, u top 50 najjačih brandova još su se svrstali i Podravka proizvodi od rajčice, juhe u vrećici, ukiseljeno i konzervirano povrće, ajvar te voćni namazi. Podravka je ovim rezultatima još jednom potvrdila status



kompanije s najjačim domaćim brandovima u Adria regiji koja obuhvaća tržišta Hrvatske, Slovenije, BiH i Srbije. Podravkini proizvodi jedinstven su spoj tradicije koja prepoznaje i poštuje lokalne i regionalne okuse, i suvremenosti, koja prati trendove i tehnološke dosege, a istraživanje agencije Ipsos upravo je potvrdilo da potrošači prepoznaju i cijene kvalitetu Podravkinih proizvoda.
Istraživanje agencije Ipsos provedeno je uz pomoć jedinstvenog „BRANDscore“ indikatora koji omogućuje uspoređivanje brandova različitih kategorija proizvoda i pokazatelj je snage branda na tržištu. Prilikom izračuna, u obzir se uzimaju različiti aspekti odnosa potrošača prema brandu, kako bi došli do spoznaje prepoznaju li ga dobro njegovi potrošači i koriste li ga. U ispitivanje je u svakoj zemlji uključeno minimalno 1000 ispitanika u dobi od 15 do 64 godine, različitog spola i obrazovanja. (R)

Podravkini proizvodi ostvaruju odlične rezultate na Halal tržištu

Predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar-Kitarović svečano je otvorila World Halal Day, najveći ovogodišnji događaj u svijetu o halal tržištu, turizmu i islamskom bankarstvu koji se održao u Opatiji.
Predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić sudjelovao je u panelu „Halal Market – New Global Trend“ koji se održao tijekom World Halal Day Croatia koji je organizirao Centar za certificiranje Halal kvalitete pri Islamskoj zajednici u Hrvatskoj. Uz paneliste Rafia Uddin Shikoh-Dinarstandarda iz Ujedinjenih Arapskih Emirata, Marca Deschampa iz Halal Cluba iz Belgije, Ahmeta Karabaya, ministra gospodarstva Turske, Alia Fazelia, predsjednika poduzetničke komore Irana i Muhammada Munira Chadrya, predsjednika IFANCA-e iz SAD-a, razgovarao je o potencijalima i trendovima sve brže rastućeg tržišta. Tom prilikom, Zvonimir Mršić je istaknuo:
„Podravka već jest domaći lider s Halalom certificiranim proizvodima kojih ima čak 130, gdje zadržavamo tu



poziciju. Želja nam je povećati izvozno tržište koje smo prepoznali kao globalno rastuće. Podravka je otvorila 2014. godine i svoju tvrtku u Dubaiju kako bi se približili kupcima s našim asortimanom. Broj potrošača na ciljanim tržištima koji traže halal proizvode je u porastu, što otvara velike mogućnosti za rast i naš je cilj da za 5 godina prihod od ovih proizvoda čini 10 posto ukupnih prihoda.”
U toj su regiji najpopularniji Vegeta univerzalni dodatak jelima, Lino proizvodi: Lino pillows i Lino Lada, Kviki snack i Ajvar. Kao novi igrač, u gotovo tek dvije godine postojanja na tom tržištu Podravka bilježi kontinuiran rast udvostručujući prodajne rezultate. (R)

Zaposlena nova generacija visokoobrazovanih pripravnika

Nova generacija SHAPE pripravnika ušla je kroz Podravkina vrata, širom otvorena mladim ljudima, željnim novih izazova. Dobrodošlicu su im pripremili predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić i starija potpredsjednica za Upravljanje ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić–Dujnić te prethodna generacija SHAPE-a.
„Dobili ste priliku raditi u najboljoj kompaniji u regiji“, rekao je predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić: „Ne morate izaći van da biste osvojili svijet, možete to učiniti iz Hrvatske, iz Podravke, kompanije koja želi konkurirati najboljima, koja se bori i osvaja svjetska tržišta. Odabrani ste među velikom konkurencijom i naša su očekivanja velika. Podravka je platforma koja vam pruža mogućnost, a na vama je da je iskoristite i da s Podravkom osvojite svijet.“
Starija potpredsjednica za Upravljanje ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić-Dujnić, čestitala je pripravnicima na velikom postignuću i najavila niz izazova, zadataka i projekata koji će im pomoći u produbljivanju dosadašnjeg znanja.

Svojim se budućim mentorima i kolegama predstavilo 19 pripravnika koji će svoja radna mjesta pronaći u Podravki i Belupu, a i ove godine Podravka je zaposlila magistre ekonomije, matematike, novinarstva, prava, prometa te farmacije, zatim magistre inženjere prehrambenog inženjerstva, agronomije, strojarstva, elektrotehnike i specijaliste zaštite na radu. (R)



Predstavljen novi segment poslovanja Food Solution

U Podravki je predstavljen novi segment poslovanja pod nazivom Food Solution kojim Podravka želi napraviti iskorak u Gastro segmentu, svojim kupcima olakšati posao i pomoći im da kupnjom novih proizvoda postignu trajnu kvalitetu svoje usluge uz određene uštede u poslovanju.

U ponudi 130 različitih proizvoda

Nedavno sagrađena tvornica Food Solution, specijalizirana za proizvodnju svježe pripremljenih gotovih i polugotovih jela, prostire se na oko 1500 m2 te raspolaže najsuvremenijom i najkvalitetnijom opremom za pripremu i kuhanje hrane. Rađena u skladu s najvišim internacionalnim standardima u prehrambenoj industriji i pri pripremi hrane strogo se pridržava svih ISO i HACCP planova i procedura, te ostalih propisanih procedura u sustavu sigurnosti hrane.

Trenutno je u ponudi 130 različitih proizvoda (jela) koji su namijenjeni, između ostalih, institucijama kao što su vojska i policija, bolnice, toploteke u trgovačkim lancima te kompanijama koje imaju vlastite korporativne restorane.

Novi koncept poslovanja na tržištu

U ponudi su juhe, hladna predjela, umaci i dresinzi, topla predjela, glavna jela, marinirano svježe meso, prilozi i deserti. Riječ je o svježe pripremljenim/kuhanim/pečenim gotovim ili polugotovim jelima, visoke kvalitete sirovina i okusa u koja se ne dodaju stabilizatori, konzervansi ni dodatni aditivi. Posebnim pravilima pripreme i pakiranja te pridržavanja određenih temperaturnih režima postiže se trajnost, a da pri tome ne dolazi do gubitka kvalitete u nutricionističkom pogledu te okusu i mirisu hrane.



„Podravka i ovaj put preuzima ulogu trendsettera i uvodi potpuno novi koncept poslovanja na tržište.

Jedinstvenost ovog projekta je što se ne nudi samo proizvod već i podrška, servis i savjetovanje u radu, koja je kupcima itekako potrebna. S obzirom na vrlo pozitivne reakcije od strane domaćih kupaca te upite i iz drugih zemalja, namjera nam je od ovog programa stvoriti novi internacionalni biznis“, istaknuo je predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić prilikom predstavljanja Food Solution programa.

Peter Fuchs, stariji potpredsjednik za Food Solution dodao je: “Food solution podrazumijeva potpuno novi gastro segment u kojem, osim samih visokokvalitetnih proizvoda, želimo kupcima prenijeti i potreban „Know-How“ kako proizvode koristiti te im pružati usluge u pripremi jelovnika, organizaciji kuhinjskih poslova i osoblja te planiranju u ulaganjima u kuhinjsku opremu.“

U novi restoran uloženo 4 milijuna kuna

Podravka je kao društveno odgovorna kompanija i na vlastitom primjeru pokazala dobrobiti novog rješenja. Naime, prezentacija novog poslovnog segmenta održana je u Podravkinom novouređenom restoranu društvene prehrane u koji je uloženo oko 4 milijuna kuna čime je značajno podignuto zadovoljstvo svih zaposlenika. Podravkini zaposlenici tako svakodnevno mogu birati između tri različita jelovnika, tri različite gotove salate, dvije vrste svježe salate te dvije vrste deserta, a trošak za radnika se, ovisno o kombinaciji jela, kreće na razini od 5 do 10 kuna. (R)

Lino Viber stickeri nezaobilazni u svakodnevnoj komunikaciji

Budući da je Viber sve popularniji komunikacijski kanal s prijateljima, obitelji i kolegama, Lino i Podravka ušli su u tu priču simpatičnim Lino Viber stickerima.

U nešto više od dva mjeseca prisutnosti na tržištu gotovo 300.000 ljudi skinulo je Lino sticker pack, a još je važniji podatak da je poslano oko 5 milijuna poruka s Lino stickerima. Najčešće korišten sticker, poslan više od 400.000 puta, je Lino sa srcima koji korisnici šalju kada žele izraziti ljubav, odobravanje ili, pak, zahvaliti nekome. „Viber je platforma putem koje svakodnevno komuniciramo pa smo htjeli da i naš Lino bude dijelom te prakse.

Tražimo zabavne i inovativne načine komunikacije, i kao korisnici i kao stručnjaci, a s obzirom na rastući broj poruka u kojima se Lino Viber stickeri razmjenjuju svakoga dana, znamo da smo napravili dobar posao“, kaže Marinka Akrap, direktorica Korporativnih i marketinških komunikacija. Vjerujemo da većina svakodnevno koristi Viber i slične aplikacije za dopisivanje s prijateljima, obitelji i kolegama. Ova platforma ima više od 606 milijuna korisnika diljem svijeta i postala je gotovo neizbježan kanal komunikacije.



„Lino stickeri omogućavaju prisutnost ovog brenda u svakodnevnim situacijama naših korisnika, što je i njima i nama neprocjenjivo. Napravili smo stickere koje svatko može tumačiti na svoj način, a to je i bila poanta – korisnicima dati slobodu u korištenju“, kaže Maja Jurković, specijalistica elektroničkih komunikacija iz Podravke koja je vodila projekt. Lino Viber stickeri bit će dostupni za besplatan download do 30. studenoga ove godine, nakon čega trajno ostaju pohranjeni u mobitelu za slobodno korištenje.
Projekt je nastao kao suradnja Službe za integraciju medija i produkciju te Lino tima, koji su prepoznali ovaj kanal kao neizostavan u komunikaciji, naročito među mlađom populacijom. (M.J.)





Nova sezona Zdravog odmora počela u Splitu

Održan je Zdravi odmor u splitskim osnovnim školama Pojišan i Žrnovnica u kojem je bilo uključeno više od 300 djece. Radoznali su četvrtaši, ali i ostali predstavnici razreda slušali predavanje o zdravoj i pravilnoj prehrani, sudjelovali u edukativnom nagradnom kvizu, upoznali se s raznim vrstama žitarica te naposljetku degustirali ukusan Čokolino s ječmom i varivo s lećom.

Tema nove sezone Zdravog odmora upravo su žitarice koje će oplemeniti svako jelo koje će biti pripremljeno i posluženo osnovnoškolcima diljem Hrvatske do kraja školske godine u sklopu navedenog projekta.
Po reakcijama malih degustatora, nastavnika i ravnatelja, postoji svojevrsna znatiželja upravo za jelima na bazi žitarica, koje se po svemu sudeći premalo koriste u svakodnevnoj prehrani. Jedan od najvažnijih ciljeva Zdravog odmora je utjecati na prehrambene navike djece i kvalitetu školskih jelovnika te edukacija djece ali i roditelja i nastavnika. (A.L.)



Držimo svoje tržišne pozicije i stremimo prema boljim prodajnim rezultatima

Za početak razgovora pitali smo direktoricu Marketinga tržišta RH Belupa Barbaru Pejnović da nam kaže nekoliko riječi o dosadašnjoj poslovnoj karijeri.
Prvi radni dani i zadaci, nakon završetka Farmaceutsko-biokemijskog fakulteta bili su na stažu u ljekarni, a zatim i tijekom stjecanja iskustva, posebno u radu s ljudima, u samostalnom radu u ljekarni. U Belupo sam došla u ožujku 2007. godine na radno mjesto stručno-komercijalne suradnice u OTC timu.
Stručna suradnica sam bila nešto više od dvije godine i stekla neprocjenjivo iskustvo rada na terenu te sam ostvarila dobre poslovne odnose sa poslovnim partnerima koji i dan-danas traju. Iduća stepenica je bila pozicija product managera gdje sam proširila svoja znanja i dobila iskustva u vođenju velikih Belupovih bezreceptnih brandova, kao što su Lupocet, Hederan, Herplex, Maxi omega, Belmiran i drugi.

Product manager ima veliku odgovornost za postavljanje ciljeva i strategija, planiranje marketinških aktivnosti, provođenje taktike i brojna druga zaduženja za svaki pojedini proizvod u svom portfelju. Vizija - kako vidite određeni brand i kako postaviti strategiju čini ovaj posao izazovnim, dinamičnim i kreativnim. Također, u tom razdoblju pružila mi se prilika da steknem nova marketinška znanja kroz interne i eksterne edukacije te na poslijediplomskom specijalističkom studiju „Marketinški menadžment“ na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Zadnjih godinu i pol dana, od travnja 2015. godine sam na poziciji direktorice Marketinga za tržište RH.

U Marketingu imamo spoj mladosti i iskustva

Ukratko predstavite Marketing RH – koliko ljudi radi i koje sve poslove?
U Marketingu imamo raznovrsna radna mjesta koja su potrebna za posao u cilju ostvarivanja zacrtanih planova. Product managere koji su podijeljeni prema portfeljima, unutar receptnog i bezreceptnog programa te su zaduženi za vizije, strategije i provođenje taktika za svaki od svojih proizvoda, kolege iz Promocije, koji su zaduženi između ostaloga, i za osmišljavanje naše prezentacije kroz izložbene prostore na kongresima, voditelja marketinga OTC-a i promocije, voditelja edukacija, medical advisera za stručnu podlogu i potporu u marketinškim aktivnostima, koordinatore i organizatore za pojedine aktivnosti i procese, stručne suradnike do kolegica koje rade u marketinškom skladištu.

Marketing RH je tim ljudi koji s velikim žarom i entuzijazmom jako dobro rade svoj posao u ovim izazovnim vremenima te u kojem danas imamo spoj mladosti i iskustva.

Poslovi su posloženi i organizirani na način da svatko zna svoj opis posla za koji je odgovoran te s obzirom na stalnu interakciju i povezanost međusobnih poslova, kolege su konstantno u svakodnevnoj komunikaciji. To doprinosi i dinamičnoj atmosferi, ali i pozitivnoj u našem timu, jer smo svi usmjereni prema zajedničkom cilju, a to je ostvarivanje rezultata koji se od nas očekuju, i što mene čini ponosnom kao voditeljicom takvog tima.

Trudimo se biti kreativniji, brži, efikasniji i drugačiji

Jeste li zadovoljni rezultatima poslovanja Belupa u prvih devet mjeseci ove godine?
Gledajući globalno, tržište receptnih lijekova u devet mjeseci ove godine u odnosu na isto razdoblje lani stagnira komadno i financijski i mi pratimo taj trend. Naš rezultat bi bio bolji da nije došlo do snižavanja cijena lijekova od strane HZZO-a prošle godine i u srpnju ove godine, kao i da nismo imali problema s dobavljačima na koje nismo mogli utjecati, što je rezultiralo nestašicama pojedinih lijekova.
Kod bezreceptnih lijekova tržište u devet mjeseci ove godine pada komadno i financijski, međutim naši rezultati su bolji od trenda tržišta. Naime, mi smo ostvarili iste prodajne rezultate u devet mjeseci kao u istom razdoblju prošle godine, znači rasli smo u tržišnim udjelima. S tim da je ove godine izostala sezona prehlade i gripe koja kada ne izostane značajno pridonese većem prometu.
Kolika je zasluga marketinga u ovogodišnjim dobrim poslovnim rezultatima?
Naše zasluge su u načinu oglašavanja, strategijama i taktikama koje smo postavili za naše lijekove i proizvode te koje dosljedno provodimo uz prilagodbu postojećim situacijama na tržištu. Trudimo



RAZGOVOR: Barbara Pejnović, direktorica Marketinga tržišta RH Belupa

se biti kreativniji, brži, efikasniji i drugačiji kako bi što bolje bili pozicionirani kod naših poslovnih partnera, pacijenata i potrošača, a samim tim i na tržištu u prodajnim rezultatima. Naravno, bez suradnje s kolegama iz Prodaje i iz drugih službi te njihovog rada u svojim segmentima sve to bi bilo teško ostvarivo.

Dani Belupa imaju veliku reputaciju

Zbog čega je marketing farmaceutike specifičan u odnosu na, primjerice prehranu?
Specifika je prvenstveno u različitoj regulativi, tj. zakonima i pravilnicima kojih se moramo pridržavati. Mi u farmaceutskoj industriji smo više ograničeni u načinu oglašavanja lijekova u odnosu na hranu. Primjerice, kod receptnih lijekova oglašavanje prema zdravstvenim radnicima je dosta limitirano, a prema stanovništvu je oglašavanje receptnih lijekova zabranjeno. Lijekove i proizvode koje smijemo oglašavati prema stanovništvu su iz bezreceptnog segmenta, međutim i tu smijemo oglašavati samo ono što nam je odobreno u dokumentima od nadležnih regulatornih tijela, što dosta utječe i na mogućnost većih kreativnih rješenja.
Što znače tradicionalni Dani Belupa za marketinško pozicioniranje tvrtke u Hrvatskoj?

Dani Belupa su nezaobilazan događaj u godini za brojne naše poslovne partnere budući da smo s tim događajem prisutni najduže od svih sličnih projekata na hrvatskom tržištu.

Trudimo se svake godine pružiti našim cijenjenim gostima zanimljiv i interesantan sadržaj programa koji je trenutno aktualan u zdravstvu i ljekarništvu. Dani Belupa imaju takvu reputaciju zahvaljujući visokom nivou koji se trudimo održavati, uz eminentne sudionike iz relevantnih institucija, vrsne predavače, ljude iz struke, gostoprimstvo te dobar ugođaj i atmosferu. Sam Belupo na taj način pozicioniran je među našim poslovnim partnerima kao pouzdan partner koji cijeni poslovne odnose koje ima izgrađene s njima te ih i na ovaj način njeguje i održava već godinama.

Belupo zaista funkcionira kao jedan tim

Hoće li se otvorenjem nove tvornice lijekova širiti i djelovanje vašeg marketinga?
Otvorenje nove Belupove tvornice je veliki događaj za sve nas u Belupu. Tvornica izgleda impresivno, moderno i naš zadatak je da što više popunimo njene kapacitete u proizvodnji, a to znači što bolju prodaju naših lijekova i proizvoda na hrvatskom tržištu. Novi proizvodi, novi oblici i molekule u našem portfelju su ono što će zasigurno u tome najviše doprinijeti.
Za uspješno poslovanje često puta ističete da je potrebna dobra sinergija marketinga i prodaje te proizvodnje, nabave, logistike. Kako to funkcionira danas u Belupu?
Marketing usko surađuje s gotovo svim službama i sektorima u Belupu u našem svakodnevnom radu. S većinom službi poput Prodaje, Razvoja poslovanja, Regulatornih poslova, Pripreme proizvodnje, Nabave, Pravne službe, Financija i Upravljanja kvalitetom gotovo na svakodnevnoj bazi komuniciramo, dok s drugim službama bar na mjesečnoj razini. Mogu reći iz svoje pozicije da Belupo zaista funkcionira kao jedan tim i otvoreni su putovi komunikacije u svim smjerovima u cilju rješavanja novonastalih situacija u što kraćem roku, a kako bi prodajni rezultati bili što bolji.
Što očekujete od rezultata do kraja godine?
Očekujem bolji rezultat u odnosu na prošlu godinu jer Belupo, kao najveća hrvatska farmaceutska kompanija, drži svoje tržišne pozicije i stremimo prema boljim prodajnim rezultatima u odnosu na prošlu godinu. Vjerujem da ćemo zajedničkim radom svih nas u Belupu uspjeti ih i ostvariti. (B.F.)

PODRAVKA SLOVAČKA

Treći put zaredom Pečat bonity

Podravka Slovačka je ponovo dokazala izvanrednost u poslovanju dobivši treći put zaredom priznanje Pečat bonity. Riječ je o prestižnoj nagradi koju dodjeljuje Slovačka agencija za informiranje i marketing te Nacionalni informativni centar Slovačke Republike koji je razvio model procjene poslovnih subjekata koristeći prediktivne metode financijskih analiza.
Kriteriji za dobivanje priznanja iznimno su zahtjevni i tek mali postotak komercijalnih subjekata koji djeluju na slovačkom tržištu može se pohvaliti vlasnikom priznanja „Pečata bonity“. Stoga iz Podravke Slovačka ističu kako su iznimno ponosni na priznanje nezavisne agencije za dokazanu izvrsnost u poslovanju.
„Pečať bonity“ je nagrada koju je Podravka International, s.r.o. dobila za ostvarenje zahtjevnih kriterija, koji su definirani kako bi se procijenili poslovni rezultati kompanija koje posluju u Slovačkoj u 2015. godini. Ukupno je analizirano 716.134 poduzeća od kojih je tek 1,6 posto dobilo priznanje. (M.V.)

PODRAVKA SRBIJA

Konferencija Art of HR u Beogradu

Predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić i starija potpredsjednica za Upravljanje ljudskim potencijalima Jasenka Maltarić – Dujnić sudjelovali su na konferenciji Art of HR u Beogradu. Riječ je o konferenciji koja okuplja inovativne teoretičare i vodeće HR praktičare iz najvećih multinacionalnih europskih kompanija.
Svaki je govornik imao priliku prezentirati temu iz HR prakse pa su se mogli čuti novi, kreativni i inovativni primjeri iz najboljih praksi upravljanja ljudskim potencijalima iz pojedinih organizacija.
Jasenka Maltarić – Dujnić predstavila je temu “Heart full of hr - or how to become bloodstream in company transformation”. Svojim predavanjem snažno je naglasila ulogu HR-a u transformaciji kompanije te je prikazala kako se u tom procesu transformirao i sam HR. Kroz prikaz različitih projekata i programa koji su implementirani tijekom protekle četiri godine, približila je publici način na koji je HR Podravke potaknuo promjenu u organizacijskoj kulturi, generirao kulturu učenja i fokusiranosti na rezultat.

„Moje dosadašnje iskustvo dokazuje da tvrtke u procvatu imaju ljude u središtu. Razlog rasta tvrtki u ovom desetljeću je taj što su u mogućnosti pružiti smisao i svrhu, kontekst i okvir koji potiče individualni potencijal rasta. Stoga, ako se kompanije bave ljudima i ako podržavaju ciljeve tvrtke kroz ljude, nalaze se u centru utjecaja, u srcu organizacije“, rekla je Jasenka Maltarić – Dujnić.
Predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić sudjelovao je u panelu na temu „Women in leadership positions - glass ceiling, sticky floor, glass cliff“, na kojem se govorilo o ženama na upravljačkim pozicijama. Neka od pitanja o kojima se raspravljalo, bila su zašto udio u poslovnim



pozicijama ne odgovara udjelu ukupnog postotka visokoobrazovanih žena, s kojim se preprekama žene susreću i kako majčinstvo utječe na poslovnu karijeru. Istaknuta je važnost networkinga i kulture raznolikosti te prikazani primjeri dobre prakse u kompanijama.
„Na razini Podravka Grupe, 55 posto žena je na visokim upravljačkim pozicijama, odnosno djeluju kao članice Uprave. Na visokim managerskim pozicijama, taj statistički udio iznosi 53 posto. Ponosimo se što je naša kompanija svjesna važnosti uključivanja žena na ravnopravan način u sve segmente poslovanja, a to i pokazujemo stvarajući jednake uvjete za razvoj karijera svim zaposlenicima Podravke“, rekao je Zvonimir Mršić u svojem izlaganju.

Također, starija potpredsjednica za marketing Gordana Periškić, na konferenciji je izlagala u sklopu Cotrugli Alumni 360 day i sudjelovala u panelu na temu „Getting to the top“, uključivši se u raspravu na temu što čini uspjeh i put do uspjeha. Vodeći rukovoditelji iz samog vrha globalnih i regionalnih tvrtki podijelili su svoja iskustva u dostizanju poslovnih uspjeha, ali i podijelili korisne savjete iz pregovaranja ili osobnog brandinga. (R)

Hrvatska veleposlanica u Sloveniji Vesna Terzić posjetila Gorenjku



Hrvatska veleposlanica u Sloveniji Vesna Terzić posjetila je Gorenjku, jedinu tvornicu čokolade u Sloveniji koja nas prepuna svim delicijama mazi već više od 90 godina. Hrvatsku veleposlanicu i njenu pratnju su u sjedištu Gorenjke u Lescama primili Janez Bojc, generalni direktor Žita, Milan Tadić, direktor Žita i Bojana Morelj, direktorica Podravke Slovenija. Gostujuća hrvatska ekipa je razgledavanjem Gorenjke i njenim slatkim delicijama bila oduševljena pa smo bili počašćeni što su nas posjetili. Naime, vjerujemo da posjeti te vrste mogu doprinijeti boljoj gospodarskoj suradnji slovenskih i hrvatskih tvrtki, kao i učvršćivanju odnosa među državama. (N.R.T.)

Djeci poklonili više od pola tone kruha



U Žitu već niz godina nastojimo ublažiti siromaštvo socijalno ugrožene djece. To potvrđujemo sudjelovanjem u projektima usmjerenima na pomoć najsiromašnijim članovima društva. I najmanje što možemo učiniti je to da im poklonimo kvalitetnu hranu. Tako smo u okviru Svjetskog dana hrane Crvenom križu Slovenije donirali više od pola tone kruha. Sudjelovali smo u jednodnevnoj kampanji Drobtinica kojom u Crvenom križu dopunjavaju programe socijalne pomoći djeci iz siromašnijih sredina te smo slovensku javnost osvijestili o nedovoljnoj i nepravilnoj prehrani naših najmlađih.
U okviru društvene odgovornosti već duže vrijeme surađujemo i na projektu Kumstvo i ZPMS-u Ljubljana Moste-Polje te svaku srijedu poklanjamo kruh. S dobrim djelima ove vrste nastavit ćemo i ubuduće. (N.R.T.)

Mjuzikl Mamma mia sa slatkim iznenađenjem



U tjednu djeteta koji se svake godine obilježava početkom listopada, diljem Slovenije se odvijaju aktivnosti namijenjene djeci i mladeži. Tako je u suradnji s producentskom kućom Prospot i ZPMS-om Ljubljana Most-Polje u Centru kulture Španski borci održana humanitarna predstava Mamma Mia. Mjuzikl je pogledalo 380 djece iz cijele Slovenije. Velika dvorana u Španskim borcima je bila dupkom puna jer su djeca iz cijele Slovenije uživala u slovenskoj adaptaciji uspješnica grupe Abba. Postava mjuzikla Mamma Mia nije oduševila samo glazbenim i plesnim točkama, nego je sudionike iznenadila i slasnim delicijama. U pauzi su djecu poslužili s 500 Žitovih palačinki namazanih Lino ladom. Takvom količinom palačinki smo se pobrinuli da sva gladna usta budu puna. Važna želja Žita i Podravke je djeci izmamiti slatki osmijeh. Zbog toga je odluka da ih iznenadimo palačinkama donesena u trenutku kada smo primili poziv na sudjelovanje u projektu. Uz to smo u tjednu djeteta u okviru projekta Kumstvo, za sve izvedene aktivnosti ZPMS-a Ljubljana Moste-Polje donirali i Gorenjkine mini rolade. (N.R.T.)

Belupova škola zdravlja u Malom Lošinju

Ovogodišnja Belupova škola zdravlja održana je u Malom Lošinju, u hotelu Aurora, u okruženju dviju dominantnih boja – zelenila vegetacije te plave boje mora. Toj prikladnoj kombinaciji boja, prisustvovalo je gotovo 200 liječnika obiteljske medicine iz Ličko-senjske županije, Primorsko-goranske županije, Istarske županije, Zadarske županije, Šibensko -kninske županije te Splitsko - dalmatinske i Dubrovačko - neretvanske županije.

Program stručnih predavanja otvorio je predsjednik Uprave Hrvoje Kolarić, mr. pharm.

Gosti su imali prilike čuti niz stručnih predavanja na temu endrokrinologije, kardiologije i dermatovenerologije, te niz plenarnih predavanja na temu “Enteralna prehrana u kliničkoj praksi". Stručni program završio je raspravom koju je vodio prof. prim. dr. sc. Željko Krznarić, gdje su liječnici postavljali pitanja te podijelili svoja mišljenja vezana uz pojedine teme stručnih predavanja. Nakon stručnog predavanja predstavljena je Nutrixa,



novitet iz Belupovog rx programa lijekova, hrana za posebne medicinske potrebe, a namijenjena je za dijetalnu prehranu bolesnika s malnutricijom ili rizikom njezine pojave. Nutrixu su liječnici imali prilike kušati, u okusima čokolade i vanilije. Sudionici skupa sudjelovali su u interaktivnim radionicama u 3 grupe, koje su se istodobno odvijale na temu kardiologije, gastroenterologije i psihijatrije. Radionice su bile zamišljene kao interaktivne diskusije gdje su doktori imali prigodu razmijeniti iskustva s kolegicama i kolegama. Zaključno, ovogodišnji jesenski stručni skup obilježen je bogatom paletom znanja, iskustva, savjeta i, naravno, ne smijemo zaboraviti – dobrog raspoloženja. (R)

Belupova škola zdravlja JIE - Obojimo život zdravljem

Treća po redu Belupova škola zdravlja, pod krovnim nazivom „ Obojimo život zdravljem“, u organizaciji Belupa održana je u Rovinju, na Crvenom otoku. Na stručnom skupu sudjelovalo je oko tri stotine liječnika iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Makedonije i Srbije.
Domaćin i pokretač svih dosadašnih Belupovih škola zdravlja, dr.Ivan Kragić direktor međunarodnih tržišta JIE, pozdravio je prisutne goste.

Dani su bili obojeni kardiološkim, psihijatrijskim, dermatološkim temama uvaženih predavača koji su imali izvanredna predavanja.

Od emintentnih stručnjaka prisustvovali su mr.sc. Dimitar Galachev, dr. med. , PZU Eho Medica, Kočani iz Makedonije, dr.med. Biljana Veljković, spec. opće medicine, DZ Zastava, Kragujevac iz Srbije, dr. sc. Damir Fabijanić, dr. med. , spec. kardiolog, voditelj jedinice za neinvazivnu kardiologiju iz KBC-a Split, doc. dr. sc. Goran Hauser, dr. med., spec. gastroenterolog iz KBC-a Rijeka, doc. dr.



sc. Samir Husić, dr. med. iz Centra palijativne njege, JZU Univerzitetski klinički centar Tuzla, dr. sc. Trpimir Glavina, dr. med., spec. psihijatar, predstojnik Klinike za psihijatriju iz KBC-a Split, dr. Galina Nakjeska, spec. dermatovenerolog, JZU Zdravstvena Stanica Železara, Skopje iz Makedonije.

Prikazana su i dva dermatološka slučaja, dr. Biljana Vojinović, spec. opće medicine, ZZZ MU Beograd iz Srbije prikazala je slučaj pacijenta s psorijazom, dok je dr. Irena Jelenković, Gerontološki centar, Niš iz Srbije prikazala slučaj numularnog ekcema.
Na kraju svakog bloka predstavljen je Belupov portfelj kroz skupine i zastupljenosti na tržištima.
Potvrda o važnosti skupa u stručnom smislu su i bodovi Hrvatske liječničke komore, a o važnosti ovog skupa za sve prisutne govore mnogobrojne zahvale koje su stizale nakon završenog događanja. (R)

Marica Gačan, radnica u proizvodnji Danice

Bitno je da ljudi ostanu ljudi

Radnica u proizvodnji Marica Gačan počela je raditi 1984. godine u Danici, potom je radila nekoliko godina u Slogi, a 1990. godine vraća se u Podravku. U Danici je prošla gotovo sve faze proizvodnje – od konzervi do kobasičarne. Iako je riječ o zahtjevnim poslovima koji prilično iscrpe radnika, Marica ističe:

„Meni je na poslu super jer radim u dobroj okolini, gdje su svi složni i onda je zapravo lako raditi kada je takvo okruženje bez obzira na probleme i zahtjevnost posla. Radim u dvije smjene i zaista nije ništa teško napraviti ako je dobra ekipa oko vas.

Činjenica je da se od 90-ih do danas puno toga promijenilo, nešto na bolje, nešto na gore, ali bitno je da ljudi ostanu ljudi i onda nijedan posao nije težak.“



Što vama znači ovo priznanje?
„Normalno da znači puno i zahvalila bih se svim ljudima koji su me nominirali jer nakon 30 godina rada to je lijepo priznanje da netko ipak vidi kakav ste radnik. S druge pak strane to priznanje je i obaveza da u daljnjem radu pokažem i dokažem da se bez obzira na životne i godine staža može i mora bolje.“
Čime se Marica bavi u slobodno vrijeme?
„Živim u Jagnjedovcu i naravno da su svi moji poslovi u slobodno vrijeme vezani za obitelj, kuću, vrt i gorice. Volim prirodu, cvijeće, a najviše slobodnog vremena trošim na druženje s unucima koji su definitivno moja najveća ljubav i slabost“, rekla je na kraju razgovora simpatična i uvijek optimistična Marica Gačan. (B.F.)

Vesna Kosec, radnica u proizvodnji Tvornice juha i Vegete

Na juhama ima puno ljudi koji zaslužuju priznanje

Radnica u proizvodnji Tvornice juha i Vegete Vesna Kosec radi od 1989. godine na NKV i KV poslovima. Radila je još u staroj tvornici, kao što kaže, bila je raspoređivana po potrebi, a i po tim potrebama povremeno je radila i u drugim tvorničkim pogonima. Govoreći o poslu, Vesna kaže:

„Posao je naporan, radim u tri smjene i trećinu staža sam odradila noću. Posla imamo sve više, a nas je sve manje. Također, ja sam malo starija generacija pa nam ovi novi strojevi nekako teže sjedaju. Čujte, ipak na mlađima svijet ostaje iako baš kod nas i nema puno mladih. U svakom slučaju, posao se mora napraviti, ali imam dojam da je danas neko drugačije ozračje na poslu nego što je to bilo nekada. Više smo se tada družili, bili složniji nego danas i s veseljem se išlo na posao.“
Što za vas znači ovo priznanje „I ja sam Podravkaš“?

„Bila sam jako iznenađena i smatram da na juhama ima puno ljudi koji su to priznanje zaslužili više nego



ja. Velika mi je čast što sam dobila to priznanje i zahvaljujem svima koji su me birali i čestitali mi na priznanju.

Naravno, i ja kao i brojni radnici u proizvodnji mislim da bi nam nagrada trebala biti veća plaća.“
Čime se Vesna bavi u slobodno vrijeme?
„Imam tako krasnu unuku Lauru s kojom provodim većinu slobodnog vremena. Osim toga, volim se baviti cvijećem i hobi mi je gljivarenje. Rođena sam Koprivničanka, ali živim u Bolfanu te kao i sve domaćice imam svakodnevne obaveze vezane za kuću i obitelj.“ (B.F.)

LINO VIŠEBOJAC U SOLINU, MOKOŠICI, GRUBIŠNOM POLJU, PAZINU I ČAGLINU

Dječja mašta čini čuda

OŠ Kraljice Jelene Solin: Sportski praznik s pet olimpijaca

Čak pet hrvatskih olimpijaca gostovalo je na Lino višebojcu u solinskoj OŠ Kraljice Jelene pa je 1000 učenika imalo posebnu priliku za druženje sa sportskim zvijezdama kakva se rijetko pruža njihovim vršnjacima u drugim školama. U goste su im došli Marija Marović čija strelјana se nalazi nedaleko škole, Ivan Kljaković Bambi jedriličar rođen u Solinu, Ana i Lucija Zaninović čiji taekwando klub Marjan djeluje upravo u ovom gradu te izbornik rukometne reprezentacije Željko Babić čija djeca su učenici ove škole. Solinski osnovci bili su presretni i ubrzo su ogromnu sportsku dvoranu pretvorili u najveselije mjesto u Dalmaciji. Prelijepu sportsku priču u Solinu svojim zanimljivim pripetavanjem u nogometnim penalima začinili su Filip Pavić iz šestog razreda i Borna Beneta, učenik osmog razreda koji su natjecanje završili s jednakim brojem bodova. Tek u 14. pokušaju mlađi i spretniji Filip došao je do pobjede. Kod djevojčica najuspješnija je bila Antea Bućan, učenica osmog razreda koja je slavila zajedno s Enom Hrga, nagrađenom za najbolju priču o dječjem svijetu i 4.a. razredom koji je oslikao najljepši transparent.

OŠ Mokošica: Iz Mokošice Lino višebojac nikada nije otišao

Među prvim školama u Hrvatskoj koja je prije 11 godina otvorila svoja vrata Lino višebojcu bila je škola u Mokošici. Lino višebojac od tada je obišao 250 škola, obogatio odrastanje više od 200.000 osnovaca, a u Mokošici dobio svoju inačicu pod nazivom Šica višebojac. Na poticaj ravnateljice Petre Đapić Caput koja je prvi Lino višebojac u Mokošici odradila kao profesorica tjelesnog odgoja, svake godine za Dan škole održava se višeboj po istim pravilima koja vrijede i za onaj "pravi". Šica višebojac omiljena je aktivnost u školi pa kada se pročulo da Lino



opet dolazi u Mokošicu i da sa sobom dovodi proslavljene vaterpoliste Paola Obradovića i Marka Bijača, veselju djece nije bilo kraja. Posebne trenutke slave doživjela je Leona Damičić, učenica trećeg razreda, koja je u trčanju nadmašila





oba vrhunska vaterpolista. OŠ Mokošica ima i nove Lino pobjednike. To su Lamija Tumbić, učenica 5. razreda koja trenira odbojku i Nikola Previšić, osmaš kojem su sportski uzori Luka Modrić i Domagoj Duvnjak. Škola je zbog odlične navijačke atmosfere i organizacije koju su vaterpolski olimpijci ocijenili fantastičnom, zaslužili da ponovno, ne čekajući 11 godina, ugosti Lino višebojac, koji zapravo i nije otišao iz nje.

OŠ Ivan Nepomuk Jemeršić Grubišno Polje: Mali Luka pobijedio velikog Leona

Za osnovce iz Grubišnog Polja Lino višebojac trajao je puno dulje od samog natjecanja. Danima su crtali omiljenog Lina, izrađivali transparente i krune za glavu s Linom, pisali stihove, uvježbavali plesove. Ulazak u dvoranu medvjedića Lina sa sportskim gostima rukometašima PPD Zagreb Domagojem Pavlovićem i Leonom Šušnja izazvao je buru oduševljenja. Posebno je bio dirljiv ogled 204 cm visokog pivota Šušnje s učenikom petog razreda Lukom Barčanom koji zbog distrofije mišića koristi kolica. Uz klicanje cijele dvorane Luka je uspio provući loptu Leonu kroz noge i zaslužio majicu Lino višebojca. Domagoj je pak usrećio vrckavu petašicu Miu Dimač koja već dvije godine trenira rukomet. Pozvao ju je s tribina na izazivački ogled, a onda primio dva gola od spretne djevojčice. Mia je skačući od veselja primila poklon i još dugo slavila s prijateljicama. Dulje od njenog trajalo je samo slavlje pobjednika Katje Ledić (150 bodova) i Dorijana Luketića (140 bodova), iznimno ponosnih što će svoju školu zastupati na finalu Lino višebojca.

OŠ Vladimir Nazor Pazin: Pazinski osnovci kandidati za domaćine finala Lino višebojca

Priča o maloj sportskoj heroini Pazina, djevojčici Moniki Mališa koja je bila prva pobjednica finala Lino višebojca u Hrvatskoj, da bi potom u društvu legendarnog Zvonimira Bobana posjetila kamp nogometnog diva Milana i u dresu Matea Kovačića pratila utakmicu Intera, inspiracija je brojnim pazinskim osnovcima. Iz generacije u generaciju učenika OŠ Vladimira Nazora prenosi se Monikino iskustvo, da bi nakon 11 godina djeca iz Pazina ponovo imala priliku za ostvarenje svojih sportskih snova. Medvjedić Lino opet je posjetio ovu školu, a priliku da krenu Monikinim stopama najbolje su iskoristili šestašica Ema Dimovski i osmaš Borna Gregorović. Ema je stala na pobjedničko postolje sa 140 bodova, a Borna je osvojio odličnih 160. Istakli su tako i ozbiljnu kandidaturu za titulu ukupnih pobjednika, tim više što je moguće da upravo njihova škola bude domaćin završnice 11. sezone. Za sve što je pokazala, od savršene organizacije i primjerenog navijanja do maštovitog uređenja učionica, pazinska osnovna škola dobila je najviše ocjene- desetke sa po tri zvjezdice.

OŠ Stjepan Radić Čaglin: Mala škola za veliko Lino događanje

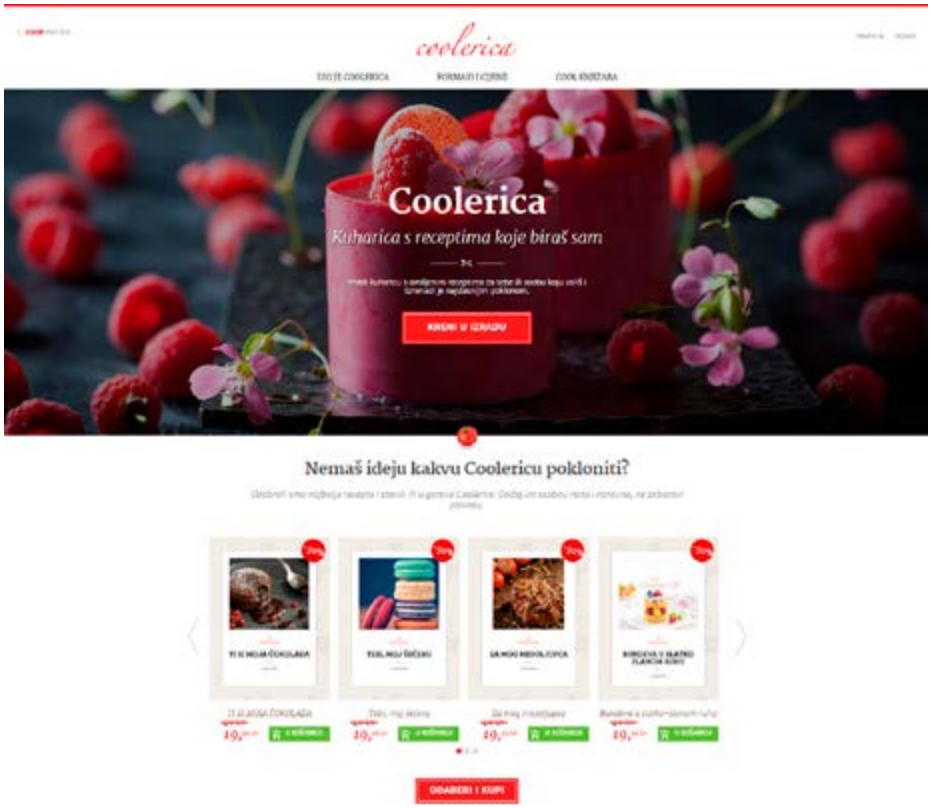
Dječja mašta može učiniti čuda pa tako malo, lako može postati veliko. Pokazali su to učenici male škole u Čaglinu, mjestu u Slavonsko-požeškoj županiji s jedva 700 stanovnika. U školskim klupama tamo sjedi 160 učenika, od kojih mnogi putuju iz dvadesetak okolnih naselja. No, u sportskoj dvorani u kojoj se održavao Lino višebojac činilo se kao da ih je barem pet puta više. Na puno mjesta pisalo je ČAGLINO – čarobna riječ koja je pokrenula djecu da zajedno sa svojim nastavnicima, roditeljima i gostima iz OŠ Grigora Viteza iz Poljane ispričaju veliku Lino priču. Silina emocija i iskreno dječje veselje toliko su dirnuli ekipu iz Podravke i Sportskih novosti koja iza sebe ima više od 260 događanja u školama širom zemlje, da je cijeloj školi uručena pozivnica za veliko finale u svibnju sljedeće godine. Čagljinski osnovci na finale će ponijeti brojne navijačke rekvizite, zapjevat će i bećarac kojeg su osmislili u čast Linu, ali najviše će energije utrošiti za podršku svojim predstavnicima Mateju Hovanjeku i Silviji Vukić. I mi bismo rado s njima rekli su nam Petra Lovrić, košarkašica prvoligaša KK Plamen Požega i U20 reprezentativka Hrvatske te Matej Jaroš, višestruki prvak Hrvatske u motocrossu koji su gostovali na Lino višebojcu. (J.L.)

Hack the future of food - rješenja na izazove u industriji hrane

Na međunarodnom Food Hackathonu pod nazivom „Hack the future of food“ u kreativnoj timskoj atmosferi u Podravki, razvijani su koncepti i rješenja za prehrambenu industriju. Iako je već svima poznat trend hackatona, Podravkin Food hackathon nadilazi ograničenja klasičnih hackathona zasnovanih na IT ili programiranju kroz uključivanje multidisciplinarnih timova. Timski rad na ovom hackathonu uključuje promicanje društvenih vrijednosti i kokreaciju industrije i zajednice.
Četrdesetak natjecatelja, odabranih u suradnji s fakultetima (PBF, FER, TVZ, ZŠEM), studentskom udrugom za inovacije u hrani PROBION (PBF) i Coolinarikom, podijeljeno je u timove koji su stvarali nove ideje iz tematskih područja: hrana i tehnologija – internet of food, budućnost hrane - cool food te hrana i održivi razvoj.
Sudionici iz Hrvatske, Italije, Njemačke, Austrije, Španjolske, Portugala, Brazila, Poljske, Alžira, Brazila, Francuske, BiH su studenti entuzijasti različitih kompetencija kao i najkreativniji predstavnici Coolinarike. Svi su oni i ljubitelji hrane, koji zajedno traže rješenja za izazove s kojima se suočava prehrambena industrija na globalnoj razini.
Njihov zajednički cilj bio je stvoriti inovativna rješenja koja uvažavaju vrijednosti suvremenog društva: održivosti, korištenja novih tehnologija i IT-a poštujući kulinarska i senzorička obilježja hrane, a mentori iz Podravke, fakulteta partnera i drugih industrija pomogli su natjecateljima da projekte razviju u koncepte i prototipove koje su i prezentirali.
Tijekom trajanja hackathona korištene su, uz klasične metode rada u grupama i elementi igre u kojima su sudionici grupirani u manje multidisciplinarne timove, radili na razvoju svojih ideja. Uz Podravkine mentore, u vođenju samog procesa hackathona, sudjelovali su stručnjaci iz ILBA-e, glavnog partnera Food Hackathona te ZŠEM-a, a kao posebno iznenađenje bilo je i online mentorstvo ekspertnog tima FoodInno sa sveučilišta Stanford. Riječ je o vrhunskom svjetskom timu za organizaciju food hackathona, koji ove godine organizira ekskluzivan food hackathon u Barceloni. Suradnja s vodećim svjetskim timom za inovacije u hrani dala je dodatnu kvalitetu ovom događaju.
Na kraju hackathona timovi su ukratko predstavili svoja idejna rješenja, od korištenja praktičnijih pakiranja i recikliranja hrane do zdravih niskokaloričnih grickalica i iskoristivosti hrane pred istekom roka trajanja. Stručna komisija od predstavnika Podravke i partnera Hackathona odabrala je pobjednike u tri kategorije. U kategoriji budućnost hrane/cool food pobjednik je tim „Food Scientists“ (Ana Carolina, Maia Candotti, Rita Aguilar, Lucija Bušić, Sven Krechtl, Darian Zec Odinsky), koji je povezao hranu i učenje znanosti kroz igru. Tim „PodrAPPka“ (Aldo Topić, Aleksandra Zelder, Elena Mikolaj, Andreja Poljanec, Reslav Hollós) najbolji je bio u kategoriji hrana i tehnologija/internet of food s razrađenom idejom o kupnji proizvoda pod određenim cjenovnim uvjetima putem online shoppinga. Kategoriju hrana i održivi razvoj/sustainable food ecosystem najbolje je predstavio tim „HraniTeam“ (Lucija Boras, Mateja Kobeščak, Giuseppe Cicchetti, Viktor Tarroni, Andrea Maruzzella) s domišljatom idejom o sprečavanju traćenja hrane.
Posebna nagrada publike pripala je timu „Foodology“ (Marko Božac, Tomislav Bradač, Petar Šegina, Bojana Brnica, Lucija Galić) koji se natjecao u kategoriji internet of food.
Predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić čestitao je pobjednicima na idejama i odgovorima na izazove koja su predstavili, a budući da je hackathon prethodnica 4. Podravkine međunarodne konferencije „Znanje u fokusu“ na kojoj će biti predstavljeni i nagrađeni pobjednički radovi, pozvao je sve da sudjeluju na konferenciji „Znanje u fokusu“ koja će se održati 24. studenoga 2016. u Zagrebu. (s.š.)



Coolerica – poklonite ljubav prema kuhanju



Coolerica je kuharica namijenjena gurmanima, obožavateljima hrane i strastvenim zaljubljenicima u kreiranje recepata. U par koraka lako možete kreirati kuharicu sa svojim omiljenim receptima i pokloniti je dragoj osobi koja dijeli vašu strast prema kuhanju.
Jedinstvena web kuharica Coolerica pruža priliku da pokažete svoju kreativnost u izboru omiljenih recepata i kreiranju kuharice po svojoj mjeri.
Coolericu lako možete kreirati na Coolinarici u samo nekoliko jednostavnih koraka odabirom željenih recepata i naslovne fotografije. Uz nekoliko toplih riječi za dragu osobu ona postaje predivan poklon kojim možete iznenaditi svoje najmilije. Nedostaje li vam vremena ili inspiracije za odabir omiljenih recepata, možete se osloniti na Coolinarikin izbor te odabrati već kreiranu Coolericu.

Coolerica je jedinstvena web kuharica čiji izgled možete u potpunosti osmisliti sami i dati joj osobnu notu, čime ona postaje poseban poklon.

Coolinarika ima i posebno iznenađenje. Vaše vrijeme, trud i strast koje ćete odvojiti za kreiranje Coolerice bit će nagrađeno. Sudjelujete li u nagradnom natječaju, uredništvo Coolinarike odabrat će 10 najkreativnijih Coolerica, otisnuti ih i pokloniti najmaštovitijim autorima.
Poklanjajući kuharice, dijelimo ljubav prema kuhanju, jer upravo je ljubav tajni sastojak koji ni jedna namirnica u kuhinji ne može zamijeniti.

Za vas Podravkaše koji volite Coolinariku!



Prva godina razvojnog programa „Recept za izvrsnost“

razvoju talenta. Za tridesetak polaznika, ovaj program predstavlja priliku za učenje, stjecanje novih poslovnih iskustava i razvoj osobnih vještina. Razvoj se za polaznike Recepta za izvrsnost odvija kroz dva područja. Jedno se područje odnosi na edukacijski program u vidu mini MBA programa, na kojem razvijaju stručna ekonomska znanja i interpersonalne vještine.

Drugo se, pak, područje razvoja odnosi na rad u međusektorskim timovima na projektima relevantnima za poslovanje. Na taj će način, osim učenja, polaznici dati svoj doprinos u oblikovanju budućnosti Podravka Grupe. Kroz individualizirani razvoj potencijala vodi ih tim Upravljanja ljudskim potencijalima. Izvrsnost, kao naša kompanijska vrijednost, na strateškoj razini zahtijeva i usmjerenost na upravljanje procesima razvoja zaposlenika s visokim potencijalom i spremnosti na visoki angažman. Podsjetimo, upravo s ciljem prepoznavanja i poticanja izvrsnosti, u prosincu 2014. proveden je interni natječaj na koji su se mogli prijaviti zaposlenici s minimalno četiri godine ukupnog staža. Tridesetak odabranih kandidata u proteklih je godinu dana prošao trinaest različitih edukacijskih modula, između ostalog, projektni menadžment, strateški marketing, poslovnu etiku i niz drugih, a radili su i na osobnom razvoju i razvoju učinkovitih suradničkih odnosa. Slijedi im još sedam izazovnih modula, kao i timski rad na projektima. Nekoliko polaznika programa upitali smo što bi izdvojili kao najveći osobni i profesionalni benefit sudjelovanja u Receptu za izvrsnost, kao i o njihovim očekivanjima za nastavak programa.



Iva Berljak (koordinator za Kontroling, Belupo): Razumijevanje i međusektorsko povezivanje ključno je za efikasno funkcioniranje organizacije



Za mene je Recept za izvrsnost prilika, ali i nagrada. Uz stručno vodstvo vrsnih domaćih i stranih predavača eminentnih poslovnih škola omogućen mi je daljnji razvoj osobnih, međuljudskih i liderskih vještina. Vjerujem da će moj osobni razvoj imati pozitivne učinke na procese unutar sektora Kontrolinga i obračuna plaća, a njihovo unapređenje doprinijeti u ostvarenju poslovnih ciljeva Belupa. S obzirom na svakodnevne obaveze, potrebna je iznimna sposobnost organizacije vremena, discipline i koordinacije kako bi mogla redovito sudjelovati u modulima u čemu imam veliku podršku nadređenih. Naročito me zadovoljstvom ispunjava što je program omogućio kontakt s domaćim i stranima predavačima te pristup novim saznanjima iz područja upravljanja poslovanjem poduzeća. Iznimno je korisno što tijekom grupnih diskusija teoretska znanja potkrepljujemo praktičnim primjerima stranih kompanija te razmatramo mogućnosti implementacije istih u poslovne procese. Stjecanje

novih kontakta unutar Grupe potvrda je kako je međusobno razumijevanje i međusektorsko povezivanje ključno za efikasno funkcioniranje organizacije kao cjeline. S velikim interesom iščekujem početak timskog rada na projektima. Veselim se nastavku programa i budućim izazovima!

Iva Grbešić (asistent direktora Marketinga, Tržište BiH): Nakon svake edukacije dodatno sam motivirana unaprijediti ili pokrenuti nešto novo



Najveći benefit sudjelovanja u programu su nova iskustva, nova znanja, upoznavanje trendova i druženje s kolegama iz različitih sektora kroz koje još bolje upoznajem Podravku kao kompaniju. Veliki broj interesantnih predavača i poslovnih slučajeva omogućili su mi nove poglede na poslovni svijet ili utvrdili već postojeća ekonomska znanja. Odličan je i odabir predavača za razvoj mekih vještina. Upravo su one, u ovom programu, dosad na mene imale najveći utjecaj. Svako predavanje donosi novi pogled na dosadašnji rad i nakon svakog predavanja uvijek dobijem dodatnu motivaciju i želju unaprijediti nešto u svom načinu rada ili pak pokrenuti nešto novo. Svaka promjena, prilagodba kreće prvo od nas samih, a onda naše okoline, suradnika i kolega.

Marko Bijelić-Curkić (tehnolog specijalist, Istraživanje i razvoj): Program utječe na brzinu širenja kompanijskog znanja

Kao glavni benefit dosadašnjeg sudjelovanja u Receptu za izvrsnost istaknuo bih omogućavanje pristupa novom znanju, što je u mom slučaju rezultiralo jasnijim razumijevanjem širine i važnosti poslovnih procesa koji se odvijaju u našoj kompaniji pred današnjim izazo-



vima. Smatram da su mi time dani temelji za novi pristup svakodnevnim zadacima, a što između ostalog uključuje razmišljanje izvan okvira jedne poslovne cjeline. Dodatno bih istaknuo i činjenicu da polaznici RZI-a čine jedan osebujan multidisciplinarni tim gdje svaki od članova nosi određenu stručnost u svom području rada pa tako nova znanja ne dolaze isključivo od vanjskih stručnjaka, nego imamo priliku učiti i jedni od drugih. Upravo zato vjerujem da ovaj program uvelike utječe na brzinu širenja kompanijskog znanja i da će doprinijeti tome da u budućnosti novi izazovi budu rješavani s još većom dozom izvrsnosti što je benefit za sve nas.

Helena Pentek (direktor kategorije, Marketing): Razvoj interpersonalnih vještina pomaže mi izgraditi još bolje suradničke odnose

Za mene je najveći benefit sudjelovanja u Receptu za izvrsnost sama širina programa edukacije, kao i networking s kolegama iz različitih sektora unutar Podravke i Belupa. Na taj mi način program omogućuje stjecanje novih poslovnih znanja o zadacima, procesima i terminologijama u sektorima s kojima ne surađujem na dnevnoj bazi. Intenzivna interakcija na predavanjima s profesorima i kolegama te puno grupnih zadataka omogućuju mi da sagledam različite poslovne situacije iz šire perspektive i različitih kutova, što mi pomaže u rješavanju svakodnevnih zadataka. Predavanja vezana uz razvoj interpersonalnih vještina pomogla su mi postići bolju interakciju sa suradnicima i izgraditi suradničke odnose.



U drugoj godini programa očekujem još poslovnih slučaja i predavanja o trendovima u poslovanju. To će mi pomoći u razumijevanju kako pojedini dijelovi kompanije funkcioniraju i doprinose ukupnom uspjehu u poslovanju. Veseli me i unapređenje komunikacijskih i prezentacijskih vještina te coaching koji će mi svakako biti koristan u mom svakodnevnom poslu. (T.K.)



Na 32. Susretu likovnih stvaralaca i Podravkini slikari

U Koprivnici je održan 32. Susret likovnih stvaralaca u organizaciji Hrvatskog sabora kulture te suorganizaciji Zajednice kulturno-umjetničkih udruga Koprivničko-križevačke županije i KUD-a Podravka, uz materijalnu potporu Ministarstva kulture RH, Koprivničko-križevačke županije i Grada Koprivnice te donaciju Podravke.

Susret je u Galeriji Koprivnica okupio više od 15 hrvatskih likovnih udruga i oko 200 posjetitelja koji su prisustvovali prigodnom programu Susreta u kojem su dodijeljene nagrade, pohvalnice i priznanja Hrvatskog sabora kulture, a program je uveličao nastup Ženskog vokalnog sastava i članica Literarne sekcije KUD-a Podravka.



U konkurenciji od 330 radova pristiglih iz 26 likovnih udruga izabrati 77 najboljih koji su krasili izložbu i ove godine u Koprivnici predstavljali dosege hrvatskog likovnog amaterizma. I nekoliko članova Likovne sekcije Podravka 72 bili su među njima: Slava Blažeković koja je ujedno i dobila pohvalnicu HSK-a za likovna postignuća, potom Barbara Percač i Alen Gjerek.
Nakon Susreta, sudionici su posjetili Muzej prehrane Podravka te Galeriju Generalić u Hlebinama. (R)

23. GALOVIĆEVA JESEN

Književno-gastronomski ugođaj u Štaglju

Otvorenje 23. Galovićevih jeseni je bilo internacionalnog književno-gastronomskog karaktera. Naime, u Podravkinom edukacijskom centru Štagelj okupili su se brojni književnici iz Hrvatske i svijeta te njihovi gosti koje je pozdravio ispred Organizacijskog odbora Marko Gregur. Svi oni uživali su u milozvučnoj kajkavskoj poeziji Božidara Prosenjaka i Milana Frčka, a hrvatsku riječ mogli smo čuti i od Bračanina Drage Štambuka koji je ispričao o zanimljivoj ideji zlatne formule ča-kaj-što kroz koju promiče sjedinjenje hrvatskih dijalekata u zajednički standard. Jednako zanimljivo bilo je slušati autore koji su čitali na slovenskom, slovačkom i poljskom, ali i na egzotičnom perzijskom odnosno farsiju. Kroz program je, Bashira Sakhawarza, Primoža Repara, Petera Šuleja, Zbigniewa Macheja i ostale, vodila novinarka i književnica Božica Brkan. Dok su pjesnici s gostima dijelili svoj jezični identitet kroz svoje književno stvaralaštvo, Podravkin kulinarski tim predvođen Draženom Đurišević je na drugom kraju restorana radio je na jelima koja će što bolje približi i nacionalno-gastronomski identitet gostujućih autora. (B.F.)

Sanja Damjan dobitnica nagrade za najbolju knjigu na kajkavskom jeziku

Prestižnu nagradu Varaždinskog književnog društva i Ogranka Matice Hrvatske „Katarina Patačić“ dobila je Sanja Damjan iz Koprivnice za zbirku poezije „Podfutrani mjesec“.
Ta nagrada dodjeljuje se autoru najbolje knjige napisane na kajkavskom jeziku, uz uvjet da je objavljena u prethodnoj godini. Svečanost dodjele održana je u studijskoj čitaonici Gradske knjižnice i čitaonice ‘Metel Ožegović› u Varaždinu.
Inače, Sanja Damjan radi u sektoru Upravljanje ljudskim potencijalima, a pisanjem se bavi već duži niz godina. Na kajkavskom je počela pisati prije dvadesetak godina,



a iza nje je i objavljena zbirka „Podravska Venecija“.
„Zbirka „Podfutrani mjesec“ dogodila se slučajno, sakupilo se puno pjesama s raznoraznih recitala i bilo mi je šteta da to sve ne ujedinim u jednoj zbirci“, rekla je Sanja, dodavši kako je „Podravska Venecija“ bila pola na štokavskom, pola na kajkavskom, dok je s vremenom kajkavski prevladao, budući da joj misli, kako sama kaže - bolje dolaze na kajkavskom. (I.L.)

Četvrtak s Nabavom u Halloween raspoloženju



After work party „Četvrtak s... Nabavom“ obilježio je zabavni, humanitarni i tematski karakter, a dočarao je atmosferu uoči Noći vještica i okupio veliki broj vještica u prostoru bivšeg bara u prizemlju Podravke.
Sektor Nabava predstavila je pomoćnica direktora Vesna Želježnjak, a svi su zaposlenici Nabave sudjelovali u izradi filma u kojemu su predstavili svoje poslove i hobije. Sve to začinjeno glazbom, nagradnim igrama i bogatim nagradama rezultiralo je odličnom zabavom, u čiju su se organizaciju uključili uz Nabavu, Upravljanje ljudskim potencijalima i Korporativne i marketinške komunikacije.

Novac od tombole čija je cijena iznosila 10 kuna, prikupljen je u humanitarne svrhe za djecu s poteškoćama u razvoju. Podravkaši su još jednom pokazali svoju humanitarnu stranu, jer su sve tombole prodane u rekordnom roku. Budući da je Noć vještica tematski poslužila prilikom organizacije ovog partyja, izabrana je i najbolja maska. (I.L.)

Šaljite i dalje kavu ili čaj!



Želite li bolje upoznati kolegicu ili kolegu s kojima se često čujete telefonski ili mailom? U svrhu poboljšanja međusektorskog razumijevanja i suradnje, Podravkin tim za razvoj organizacijske klime još je u svibnju pokrenuo inicijativu „Šalji dalje kava ili čaj“ i posljednjih mjeseci potaknuo druženje i povezivanje kolega i kolegica iz različitih sektora. Svi oni koji su se već odazvali ovoj inicijativi znaju da kolege na piće pozivate uz pomoć posebno osmišljenih kartica koje se preuzimaju kod Silvije Takač, a novost je svakako lokacija, odnosno novouređeni bar i restoran društvene prehrane. Evo nekih iskustava naših kolega:

Maja Jurković, Korporativne i marketinške komunikacije:
„Ova je aktivnost točno pogodila u srž svakodnevice ovako velike kompanije – komuniciramo s puno ljudi unutar kompanije, a nemamo pojma tko su niti kako izgledaju. Ovo je super prilika da bolje upoznamo ljude s kojima surađujemo, vidimo možemo li surađivati još i bolje, saznamo kakve dodatne informacije i slično. Odnosi među kolegama ionako su jedna od najvažnijih stvari u poslu, zato pohvaljujem aktivnosti poput ove koje baš na tome rade.“

Ivan Tkalec, Istraživanje i razvoj:
„Šalji dalje“ aktivnost je dobar način dubljeg upoznavanja kolega te dijeljenja ideja koje jednog dana, možda ugledaju svjetlo dana.“

Tamara Bukvić, Upravljanje ljudskim potencijalima:
„Veseli me upoznati kolege s kojima poslovno surađujem i na jedan drugačiji, ne toliko formalan način, a sve s ciljem još bolje i kvalitetne svakodnevne suradnje. Razgovor koji uključuje razmjenu iskustava i znanja s kolegama koji rade u drugim sektorima, a zajedno smo dio kompanijskog tima, za mene je produktivno provedena pauza od posla i plodno tlo za razvoj novih ideja i unapređenje postojećih procesa.“

Martina Uroda, Korporativne i marketinške komunikacije
„Uz svu zatrpanost raznim zadacima, mali odmak od posla uvijek dobro dođe. Bilo je to dobro, pozitivno iskustvo.“

Kako sudjelovati?

U aktivnosti sudjelujete tako što ćete, kad dobijete karticu, na kavu ili čaj pozvati kolegicu ili kolegu s kojim surađujete, a niste se dosad imali priliku upoznati. Unesite podatke u karticu te je prenesite svom gostu, tj. kolegici ili kolegi kojeg ste pozvali na druženje. Gost zatim postaje domaćin – po istom principu poziva drugu kolegicu ili kolegu i tako šalje dalje kavu ili čaj. Popunjenu karticu zadnji potpisnik prosljeđuje Silviji Takač u Upravljanje ljudskim potencijalima te dobiva novu, a od dana kad preuzmete karticu kao domaćin, imate dva tjedna za otići na kavu ili čaj s kolegom. (P.K.)

Podravka na Interslastu

Međunarodni kongres slastičarstva, sladoledarstva i konditorstva odvijao se u Hotelu Terme u Tuhelju, a Podravka je predstavila Dolcelin asortiman. Događaj, u organizaciji novinsko-nakladničkog poduzeća Robinson ugostio je inozemne stručnjake, voditelje radionica iz desetak zemalja. Okupilo se dvjestotinjak sudionika, a Podravka je uz sudjelovanje kroz sponzorstvo i pomoć prilikom organizacije, izložila asortiman Dolcele. Podravkini promotori kulinarstva Marina Paleka, Dario Horvat i Marko Peras tijekom dva dana trajanja kongresa predstavljali su slastice načinjene od Podravkinih proizvoda, a posjetitelji su na licu mjesta mogli vidjeti i njihovu kreativnost u postupku ukrašavanja kolača. Priređeno je nekoliko radionica tradicionalnih kolača Hrvatskog zagorja, Podravine i Primorja pa je ponuđena i „Bregovska pita“, a kongresu su se odazvale i članice tima Istraživanja i razvoja, zadužene za razvoj slastica, snacka i mlinarskih proizvoda. Inače, glavna tema kongresa bila je „Sladoled naš svagdašnji“, a glavna tema



natjecanja Artslast: četiri godišnja doba. “Interslast” se sastoji od kongresnog, natjecateljskog, i promotivnog dijela u kojem značajno mjesto zauzimaju radionice i prezentacija domaćih kolača. U natjecateljskom dijelu skupa organiziran je Interslast CUP namijenjen slastičarima seniorima i Artslast namijenjen učenicima srednjih slastičarskih, prehrambenih i kuharskih škola zemalja Alpe Jadran i ex Jugoslavije. (I.L.)

Delegacija UBIUDR Podravke zapalila svijeće za 18 poginulih Podravkaša



Povodom blagdana Svih svetih i Dušnog dana delegacija Udruge branitelja, invalida i udovica Domovinskog rata Podravke predvođena predsjednikom Petrom Koprnićem zapalila je svijeću kod spomen-obilježja „Vječni plamen“ za poginulih 18 Podravkaša u Domovinskom ratu. Također, delegacija je na koprivničkom gradskom groblju „Pri Svetom Duhu“ kod Velikog križa zapalila svijeće za sve poginule i nestale hrvatske branitelje te civilne žrtve iz Domovinskog rata i kod spomenika poginulim hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata kojeg je udruga podigla na Gradskom groblju. (B.F.)



P E T A R	DELIKATES PAŠTETA	GRAD U NIGERIJI	PRIPADNIK MONGOLSKIH OSVAJAČA, OBAR	SPECIJALNA ROTIRAJUĆA LAMPA	MARLJIVI KUKCI				
UZBUNA, ALERT									
POSUDA ZA PRANJE I UMIVANJE									
SUTKINJA RAČAN									
NAGON, MOTIVACIJA						LAGANO	VATRA ZA JAVNO SPALJIVANJE	IZVRŠITI PARANJE PLETENINE	JAKO INTELI-GENTAN MOMAK
STRUČNJAK ZA POVIJEST ASIRIJE									
ŠKOLA		NOGOMETNI KLUB ========== BASTARD			ŠPANJOLSKI KNJIŽEVNIK DE VEGA ========== OVA				
TENIS KLUB			KOZAČKI POGLAVICA ======== SKELEDŽIJA						
INTERNAL REVENUE SERVICA				HERCEGOVSKI POSJEDI ========== GRČKI BOG RATA					
VIKA, VRISKA, HALABUKA, GALAMA					STANJE KRAJNJEG JADA ========== IVAN KOLAR				
ŽITELJI AZERBAJ-DŽANA						TATA OD MILJA ========== OPRAŠTANJE			
UDALJENO							IVO LIPANOVIĆ ========== SLAVINA		
NOGOMETAŠ SHARBINI					POŠTANSKI PRETINAC ========== OGRTAČ VELIKAŠA			AUSTRIJA ========== NATRIJ	
Daj Mi Griz	ANTUN RADIĆ ========== LOV U AFRICI			KRALJEV SIN ========== UMJETNIK U KAMENU					
SCIENTIA			HRANA U ŽARGONU ========= KRETEN						VOZAČ FORMULE 1 ALAIN
AMPER		SKUPINA LJUDI U DRUŠTVU ========== URANJANJE						PORTUGAL ========== DIO ŽITARICA	
STRANAC U DALMACIJI							KRAPINA ========== 100		
ZATVOR						ZEMLJIŠTE ========== SPORTSKE NOVOSTI			
ULOGA					GRAĐA TIJELA ========= TAXI				
LIJENOST, TROMOST									



Otkrijte novi skriveni pojam

Najsretnija u rješavanju skrivenog pojma – bundeva u prošloj križaljci je **Marijana Gaži iz tvornice Kokteli** kojoj je komisija donijela sreću u ovom nagradnom izvlačenju.

Zabavite se rješavanjem naše nove nagradne križaljke, a odgovor koji zaista nije težak i tražene podatke pošaljete na priloženom kuponu na adresu: List Podravka, Kolodvorska bb, s naznakom ZA NAGRADNU KRIŽALJKU.
Kupone možete slati do 01. prosinca, a ime nagrađenog će biti objavljeno u idućem broju lista Podravka.

Impresum

Novine dioničkog društva Podravka

PODRAVKA, PREHRAMBENA INDUSTRIJA D.D. KOPRIVNICA

Ante Starčevića 32
48 000 Koprivnica
TEL. 048 651 505
E-MAIL:
novine@podravka.hr

ZA IZDAVAČA:
Korporativne i marketinške komunikacije

REDAKCIJA LISTA:
Boris Fabijanec,
Lana Kasumović - Žigo
Ines Lukač

LEKTURA:
Tea Cikojević Prlić

GRAFIČKI PRIJELOM:
Studio za dizajn

TISAK:
Printera

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

Nagradni pojam:

_____

_____

Ime i prezime:

_____

_____

Radna cjelina i broj telefona:

_____

_____

MOŽEŠ LI IZMAMITI OSMIJEH?

PODRAVKA

NAPRAVI JUHU. STVORI OSJEĆAJ.



OD SRCA SRCU