

**Na káve s novou riadi-
tel'kou divízie výroby
Janou Račkovou /5**

**Pečivárne Sered'
oslavujú 70 rokov.
Poznáte ich príbeh? /3**

**Na slovíčko s novým
šéfom marketingu
Jurajom Grosošom /15**

Naše

NOVINY

JARNÉ VYDANIE /2023

časopis zamestnancov
I.D.C. Holding, a.s.



3

Poznáte príbeh vzniku Pečivární?

Tento rok oslavujú Pečivárne Sereď 70 rokov od svojho založenia. V prvom článku z pripravovanej minisérie sa dozviete historické fakty o tom prečo a ako vznikli.



11

Medzinárodný deň zdravých žien

Jarný sviatok určený všetkým ženám, sme tento rok u nás v spoločnosti spojili s prevenciou a starostlivosťou o ich zdravie.

3. Poznáte príbeh vzniku Pečivární Sereď?
5. Na káve s Janou Račkovou, novou riaditeľkou divízie výroby
9. Výsledky ankety
10. Február plný lásky
11. Medzinárodný deň zdravých žien
13. Aby ste si boli blízki aj po rokoch. Tráviť čas spolu sa oplatí, tu sú naše tipy.
15. O živote aj pracovných výzvach so šéfom marketingu, Jurajom Grošošom
18. Dávka vitamínov pre každého zamestnanca
19. Vyskúšajte Horalky peanut butter
21. Ako sme si poradili s otázkami odpadového hospodárstva?



19

Vyskúšajte novinku Horalky peanut butter

Poznáte príbeh vzniku Pečivárni Sered'?

Autor: *Gabriela Smerigová*



Tento rok oslavujú Pečivárne Sered' 70 rokov od svojho založenia. Prečo a ako tento legendárny podnik vznikol sa dozviete v nasledujúcom článku. Je to zároveň prvý článok z pripravovanej minisérie o Pečivárňach pri príležitosti tohto výročia.

Ako to celé začalo?

Začiatky priemyselnej výroby trvanlivého pečiva na Slovensku boli späté s roztrieštenosťou výroby do viacerých remeselníckych dielní s manufaktúrnou výrobou a menších podnikov, z ktorých ani jeden nemal výrobu trvanlivého pečiva postavenú ako hlavnú činnosť.

V päťdesiatych rokoch minulého storočia vo vtedajšej ČSR na území Slovenska, neexistovala výroba trvanlivého pečiva ako samostatný priemyselný odbor. Postupne sa však dielne a prevádzky začlenili do väčších výrobných celkov, čím sa vytvorili predpoklady k rozvoju nového priemyselného odboru výroby trvanlivého pečiva.

„Objem výroby v roku 1953 bol okolo 4 000 ton trvanlivého pečiva.“

Ministerstvo potravinárskeho priemyslu preto vydalo 2. decembra 1952 výmer o zriadení národného podniku ku dňu 1.1.1953. Stanovený názov bol Slovenské pečivárne, národný podnik, so sídlom v Seredi. Národný podnik vznikol vyčlenením a následným



zoskupením viacerých pečivárenských závodov. Z podniku Stollwerck n.p. bol vyčlenený závod Studeník v Holíči, perníkareň Danielis v Leviciach a práškareň v Leviciach. Z Považských mlynov n. sa vyčlenila prevádzka Maškrtá v Piešťanoch, závod Hana v Ružomberku a závod Tatránka v Liptovskom Hrádku. Zo stredoslovenských mlynov bol to závod WECO v Kremnici, Tatránka v Teranoch a Dielňa Réczky v Zlatých Moravciach. Z Nitrianskych mlynov n.p., bol do Slovenských pečivární n.p. začlenený závod Alibaba v Brodzanoch a napokon tu boli začlenené objekty bývalej kostiarne Eugen Marton, Sered'.



Český názov Slovenské pečivárne, národný podnik s výrobným závodom, ktorý bol geograficky umiestnený na Slovensku veľmi nekorešpondoval, a preto bol podaný návrh na zmenu jeho názvu na slovenskú verziu. Od 2. októbra 1953 podnik nesie nový, slovenský názov, Slovenské pečivárne v Seredi. Objem výroby v roku 1953 bol okolo 4000 ton trvanlivého pečiva.

Výstavba nového závodu na Trnavskej ceste

Úspešne sa rozvíjajúci podnik bol 1. októbra 1963 začlenený ako závod pod pražský Průmysl trvanlivého pečiva, odborový podnik, Praha. Ešte za existencie Slovenských pečivární, n.p. sa 8. apríla 1962 začalo s výstavbou nového pečivárenského závodu v Seredi na Trnavskej ceste. Cieľom vybudovania závodu bolo uspokojiť rastúce potreby obyvateľstva na trvanlivé pečivo a zefektívniť jeho výrobu. Výstavba závodu na výrobu trvanlivého pečiva úspešne pokračovala a v plánovanom termíne – v roku 1964 bol závod v Seredi uvedený do

skúšobnej prevádzky. Dva roky na to, na jar 1969 začal podnik s plnou výrobou.

Starý a nový závod

Prevádzkareň Sered' II (tzv. starý závod) – bola najmenšou prevádzkarňou podniku. Avšak práve táto položila základ výroby trvanlivého pečiva v Seredi. V roku 1983 sa tu ešte vyrábalo šesť druhov trvanlivého pečiva. Patrili sem: karamelové rezy, vafle rezy, DIA oblátky, Trio trubičky, nádoby na zmrzlinu a tortové oblátky.



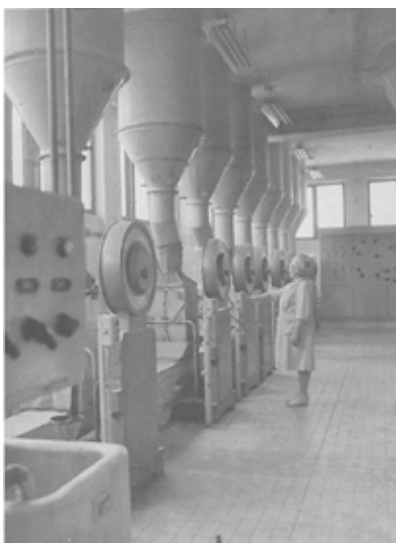
Prevádzkareň Sered' I

(súčasný areál prevádzkarne Pečivárne Sered') – je v roku 1983 považovaná za najmladšiu, najmodernejšiu a najrozsiahlejšiu prevádzkareň v rámci podniku Pečivárne Sered' n.p. Na 8 linkách sa tu vyrába viac ako 40 druhov trvanlivého pečiva v skupine oblátok, sušenok a crackerov. Už v tomto čase sa vyše 100 ton výrobkov mesačne exportuje do nesocialistických štátov, najmä do Saudskej Arábie a Kuvajtu. Z krajín socialistického bloku smeruje väčšina výrobkov do NDR a Maďarsko.



Vybudovaním nového závodu sa vytvorili základy pre koncentráciu a špecializáciu výroby a tým i možnosti k zvýšeniu efektívnosti výroby trvanlivého pečiva a zrušenie neefektívnych prevádzok (Brodzany, Terany, Ružomberok, Piešťany, Kremnica). Ešte pred uvedením nového závodu boli zrušené malé dielne v Zlatých Moravciach a v Leviciach.

Po vybudovaní nového závodu v Seredi tvorili výrobnú



základňu tieto závody: nový závod na Trnavskej ceste v Seredi, starý závod na Cukrovárskej ulici v Seredi, závod v Holíči a Pečivárne v Liptovskom Hrádku. V tomto období bol stále štruktúrne podnik začlenený pod Průmysl trvanlivého pečiva so sídlom v Prahe. Ročná produkcia sa pohybovala na úrovni 17 000 – 18 000 ton trvanlivého pečiva ročne a sortiment predstavovalo približne 70 druhov výrobkov.



Info
V 80-tych rokoch putuje viac ako 100 ton výrobkov mesačne na trhy do nesocialistických štátov.

Takáto organizácia však nevytvorila optimálne podmienky pre rozvoj odboru trvanlivého pečiva a tak bol tento problém doriešený až zriadením samostatného národného podniku – Pečivárne Sered', dňom 1.1.1969.

Týmto výmerom sa vytvorili organizačné podmienky pre dosiahnutie vyššej úrovne v riadení výroby trvanlivého pečiva na Slovensku a tým predpoklady pre rýchly rast výroby, zavádzanie novej techniky a technológie. Podnik Pečivárne, n.p. Sered', bol najprv podriadený odborovému riaditeľstvu Cukrovinky a Kávoviny Bratislava. Po zrušení uvedeného odborového riaditeľstva bol podnik začlenený do VĽJ (výrobná hospodárska jednotka) Cukor-cukrovinky, Bratislava.

Novodobá história spoločnosti siaha do roku 1992, kedy bola v Prahe založená spoločnosť I.D.C., s.r.o. V tom istom roku spoločnosť sprivatizovala Pečivárne Sered' a začína sa nová éra modernizácie, investovania a prechodu na trhové hospodárstvo a kapitalizmus.

Info
V druhej časti seriálu sa budeme venovať logu Pečivárni a vizuálu našich top produktov.

Na káve s Janou Račkovou, novou riaditeľkou divízie výroby

Autor: Gabriela Smerigová



Počas celej kariéry sa stretá s predsudkami o ženách, ktoré zastávajú najvyššie riadiace funkcie v spoločnostiach. Samu seba pokladá za technokrata a rada sa púšťa do riešenia problémov, ktoré sú bližšie skôr „mužskému vnímaniu“ sveta. Miluje pivo, gothic rock a skvelo sa zabaví pri sledovaní Simpsonovcov. Čo si cení na ľuďoch, prečo sa rozhodla prijať pozíciu šéfy výroby a čo očakáva od tejto práce, som sa rozprávala s Janou Račkovou, novou riaditeľkou divízie výroby.

Aká je vaša obľúbená kapela?

The Cure, Siouxsie & the Banshees, Nick Cave, Placebo, Depeche Mode, Da-

vid Bowie...Mám rada aj gothic rock, napríklad Fields of the Nephilim.

Na akom koncerte ste boli naposledy?

V Budapešti na The Cure.

Kniha, ktorú máte momentálne na nočnom stolíku?

Od Jozefa Banáša – Som Baťa, dokážem to. A potom knihy o osobnostnom rozvoji a organizovanom zločine.

Obľúbený nápoj.

PIVO

Robíte nejaký šport?

Hrávala som profesionálne basketbal ako stredná rozohrávačka. Počas školy som robila všetky možné športy, len aby som sa uliala z vyučovania. Cez šach, basketbal, cezpoľné behy, šprinty, orientačné behy dokonca aj vrh guľou. Športu sa venujem aj teraz. Chodím behať, osobné tréningy s trénerkou, aj skupinové tréningy.



Keďže viem, že máte rodinu, príde mi toto absolvovať ako celkom náročné.

Áno, máme preto doma presný rozpis a plán. Môj

manžel hrá tenis, takže bez plánovania by to nešlo. Inak by sa mohlo stať, že naša dcérka by skončila doma sama (smiech).

Čo vás rozosmeje?

Momentálne sa bavím hlavne na našom dieťati. Je v období, kedy začína púšťať hlásky. Ale mám rada čierny humor, Simpsonovcov aj české komédie.

Akú vlastnosť máte na ľuďoch najradšej?

Vážim si úprimnosť, slušnosť, ak berú život s dávkou humoru a majú v živote správne hodnoty.

Ktorú vyslovene neznášate?

Pretvárinku, klebety, alibizmus a vymýšľanie dôvodov, prečo sa veci nedajú spraviť.

Vaša neresť...

Mám rada sladkosti, som tvrdohlavá, mám veľmi rýchlu hlavu a vidím veľa krokov dopredu. Ľudia ma preto častokrát nechápu, pretože som v myšlienkach ďaleko pred nimi. Preto sa môže javiť, že som na ľudí tvrdá ale snažím sa túto časť môjho „ja“ krotiť. Každý sme iný a to treba rešpektovať. Niektorí chcú viac detailov, niektorí potrebujú viac času, niektorí ... preto je potrebné zvoliť vždy iný prístup.

A ešte, musím stále niečo robiť. Nevydržím dlho ležať alebo sedieť. Aj na dovolenke pod slnečníkom si buď čítam knihu, lúštim krížovku alebo ak sa nedá, tak aspoň kývam s nohou.

Info
Každý sme iný a to treba rešpektovať. Niektorí chcú viac detailov, niektorí potrebujú viac času. Preto je potrebné zvoliť vždy iný prístup.

Oblíbené motto?

V práci sa riadim myšlienkou od Williama E. Deminga: „Bez dát si len ďalší človek s nejakým názorom.“ Dost sa sústreďujem na detaily, lebo čert sa skrýva v detailoch. Aj ľudí, ktorých som viedla som vždy nabádala k tomu, aby si všímali dáta a rozhodnutia nerobili na základe pocitov a emócií ale na základe dát a faktov.

Vy ste vyštudovali SOŠ potravinársku v Nitre, následne Slovenskú poľnohospodársku univerzitu v Nitre, fakultu biotechnológie a potravinárstva, tu ste si spravili aj doktorát. Ťahalo vás to odjakživa k potravinárstvu a k poľnohospodárstvu?

Rodičia ma videli na gymnáziu a vysokej škole, ale ja som nechcela ísť týmto smerom, lebo som nemala rada matematiku.

Čože? To mi k vám neseďí. Máte radi dáta a čísla a zrazu toto?

Ak bola matematika aplikovaná v inom predmete, že som sa dopracovala ku konkrétnemu výsledku, ktorý mi dával zmysel, tak som vypočítala hocičo ale počítat pre počítanie, to ma nebavilo.

A ktoré predmety ste teda mali radi?

Mala som rada chémiu ale povedzme aj literatúru. Dokonca som písala do Dotykov (časopis pre mladú literatúru a umenie – pozn. red.). Nakoniec zvíťazil opäť rozum a rozhodla som sa, že praktické uplatnenie nájdem skôr, ak pôjdem študovať odbor. Nakoniec som si po vzore svojich rodičov vybrala potravinársku školu v Nitre.



Tým pádom bolo rozhodnuté.

Áno, ak človek vyštuduje potravinárstvo, smer má už viac-menej vytýčený. Logickým krokom bola Slovenská potravinárska univerzita. Štúdium ma veľmi bavilo. Hlavne chémia a mikrobiológia. Mali sme veľa praxe a cvičení, ktoré dávali zmysel. Videla som veľa potravinárskych prevádzok už počas štúdia.

Vy ste nejaký čas na SPÚ aj prednášali. Akej oblasti ste sa venovali?

„Snažím sa študentom priblížiť, čo sa od nich očakáva v praxi.“

Prednášam aj teraz. Ale už sa nevenujem odborným témam ako to bolo v minulosti, pretože už som v pozícii kedy ide odbornosť bokom a nesledujem až tak najnovšie trendy. Skôr sa snažím študentom priblížiť, čo sa od nich očakáva v praxi. Aké sú vhodné pozície pre nich, ako sa popasovať s výberovým konaním, na čo sa zamerať – skôr sú to také

informácie, ktoré prepájajú prax so školou.

Prevažnú časť svojej profesnej dráhy ste spojili s výrobou mlieka (traja zamestnávateľia a spolu 12 rokov, pozd. red.), toto bola pre vás najväčšia profesionálna škola?

Podľa toho ako sa na to pozrieme. Z hľadiska výroby som si prešla a spoznala viaceré prevádzky a výrobné podniky a podarilo sa mi tak získať skúsenosti s výrobou všetkých druhov mliečnych produktov, takže z toho hľadiska ma už nemá čo prekvapiť. Procesy sú v zásade rovnaké, líšia sa hlavne od stupňa automatizácie a digitalizácie, ale hlavná línia je zachovaná.

Akými pozíciami ste prešli?

Začínala som na hygiene. Po roku som už bola v predstavenstve spoločnosti a výrobná riaditeľka. Čo bolo dosť nevídané, lebo som mala 24 rokov. Ale tu som mala generálneho riaditeľa, ktorý si ma zobral pod krídla a veľa som sa od neho naučila jednak po ľudskej stránke ako s ľuďmi komunikovať,

viest ich, ale aj z hľadiska vyššej hry. Povedzme si, že ako členka predstavenstva som mala úplne inú mieru zodpovednosti.

„Práca v medzinárodnom tíme má veľa špecifík.“

Potom ste si povedali, že mlieka stačí a pracovali ste už o niečo nám bližšom odvetví – viedli ste prevádzku, ktorá sa venovala výrobe cukríkov – Levice (CLO-ETTA). Čo pre vás znamenala takáto skúsenosť?

Kedže som pôvodným povoláním technológ, zaujímal som sa hlavne o úplne inú technológiu výroby akú som riešila doteraz. Okrem toho to bola pre mňa obrovská skúsenosť s Lean manažmentom, nástrojmi na sústavné zlepšovanie, programami týkajúcich sa osobného rozvoja či s prácou v medzinárodnom tíme.

Info

„Jediná emócia, ktorú budeme vkladať do našej práce, je láska, s ktorou budeme vyrábať naše výrobky. To je všetko. Ostatné musí ísť bokom. Kto, s kým, kedy, prečo, začo, je pre mňa nepodstatné. Tu sme všetci kolegovia, máme spoločný cieľ a musíme fungovať ako jeden tím.“

Práca v medzinárodnom tíme určite v sebe skrýva veľa špecifík, keďže každá národnosť je iná.

Pre mňa bolo prekvapujúce, aké obrovské priepastné rozdiely sú v zmýšľaní ľudí medzi jednotlivými krajinami Európy. Napríklad Švédi a Holanďania milujú oslavovať a neuveriteľne prezentovať aj tie najmenšie pracovné úspechy, ktoré nám Slovákom ani nenapadne, že by sme vôbec za úspech mohli považovať. Najlepšie mi sedela trochu hlučná a otvorená mentalita Talianov a Írov. Severské rezervovanejšie správanie som spracovávala o niečo dlhšie.

Vo vrchnom vedení sme mali Talianov, Holanďana, Škóta, Francúza, Španiela, Fina čiže slušná zmes.

„Sereď je zmodernizovaná ale veľmi sa mi páčilo aj Figaro a Cífer pre svojské čaro.“

Čo vám dala takáto skúsenosť?

Veľa som na naučila bez toho, aby som vedela, že sa učím. Jednak komunikovať s každou národnosťou na inej úrovni, akceptovať národné špecifiká a odlišnosti. Spoznala som, že pre niektorých ľudí je normálne sa presúvať v rámci práce aj s rodinou po rôznych krajinách, v ktorých momentálne pôsobia. Ale toto je vec, v ktorej som sa ja necítila vnútorne komfortne a preto som ponuky tohto typu slušne odmietla.

Vám sa podarilo dvakrát vstúpiť do tej istej rieky – mliekarenskej.

Od výroby cukríkov som sa vrátila do môjho pôvodného fachu. Počas materskej dovolenky ma oslovili

zo Zvolenskej mliekarene, či by som mala záujem u nich pracovať. A tak sme sa dohodli. Bolo to pekné obdobie, veľa vecí sme porobili a posunuli firmu vpred aj z pohľadu automatizácie a digitalizácie. Podarilo sa nám priniesť na trh fantastické nové produkty.

Píše sa rok 2023 a vy začínate svoje pôsobenie v IDC. Čím sme vás presvedčili, že ste prikývli na pozíciu šéfky výroby?

Jednak som IDC pozнала, pretože z Levmilku sme vám dodávali sušené mlieko a jednak sa chcem zase posunúť o krok ďalej. Pre mňa je dôležité, aby mala firma v ktorej pracujem silné a tradičné značky, ktoré vidíte v obchode, v košíkoch u ľudí, doma na stole alebo v chladničke. Okrem toho u mňa zarezoval pozitívny pocit, ktorý som si odniesla z prehliadky výroby všetkých troch prevádzok a tiež dobrý pocit z ľudí, s ktorými som sa stretla.

Čo vás prekvapilo v dobrom ale aj v zlom po tom, čo ste navštívili naše prevádzkarne?

Sereď je naozaj zmodernizovaná, čistá, preinvestovalo sa do strojov veľa peňazí a je to v tomto smere super. Horšie je to ale so zberom dát a ich následnou prácou a vyhodnocovaním, komunikáciou medzi oddeleniami, reportingom a operatívnym zasahovaním do procesu, aby fungoval lepšie. Musím ale povedať, že sa mi veľmi páčil aj Cífer a Trnava, lebo majú svoju špecifickú výrobu a atmosféru – osobné čaro.

Nedá mi neopýtať sa...stretli ste sa s tým, že ste museli – povedzme to tak... vynaložiť



viac úsilia pri hľadaní svojho miesta na slnku v porovnaní s vašimi kolegami, ktorí nosia nohavice?

Celý život sa s tým stretávam. Ale tým, že v mnohých ohľadoch rozmýšľam ako chlap, časom zistia, že hop! Sukňa klame! Som technokrat, používam logiku a rada riešim veci, ktoré ženy častokrát nemajú rady, lebo sú často ovplyvnené emóciami. Nerady sa púšťajú do technických oblastí. Takže pri rozhovoroch časom protistrana vycíti, že viem o čom hovorím a ľady sa vtedy uvoľnia. Už som zvyknutá na takéto prvotné pozeranie cez prsty a pri zmene zamestnania musím vždy vynaložiť veľa energie na to, aby si ľudia upravili svoj názor.

Čo považujete za vašu hlavnú misiu tu v IDC?

Čo vnímam vo výrobe ako prvú vec, ktorú treba zlepšiť je práca v kolektíve. Nepracovať každý sám na svojom oddelení ale v rámci veľkého tímu, ktorého sú jednotlivé oddelenia súčasťou. Následne ukončenie investícií, ktoré sa ťahajú dlhšiu dobu aby sme sa následne mohli sústrediť na zber dát, vytipovanie slabých miest a možno aj ďalších fáz výroby vhodných na automatizáciu, zefektívnenie procesu a odbremenit tak

ľudí od namáhavej a monotónnej, možno aj zbytočnej práce...

Spomenuli ste, že zber dát zatiaľ u nás pokrívá.

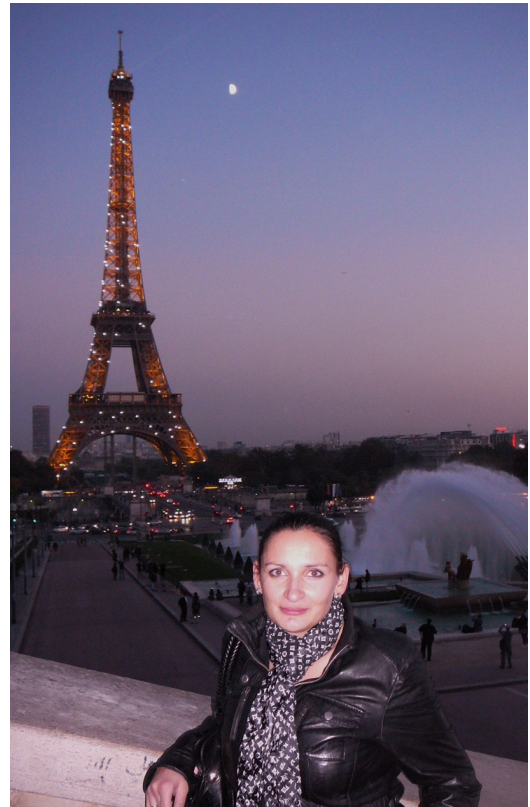
Zber dát je v plienkach, ale projekt sa hýbe. To je dobré znamenie. Ja vnímam ako kľúčové, aby ľudia rozumeli a to mám na mysli manažérov a nadriadených, načo je to dobré, ako im to v práci pomôže, aké výhody to bude pre nich mať. Ak toto pochopia, zistia sami ako hľadať cesty najlepšieho využitia dát a prestanú hľadať výhovorky, prečo sa veci robiť nedajú.

„Vo výrobnom podniku sa dôležité veci dejú práve vo výrobe.“

Máte v pláne tráviť čas aj vo výrobe?

Vždy som trávila vo výrobe značnú časť môjho pracovného času a robím to tak aj teraz. Jednak ma to baví a vo výrobnom podniku sa dôležité veci dejú práve vo výrobe. Potrebujem správne a do hĺbky navnímať procesy, pracovnú atmosféru a rozprávať s ľuďmi.

Čo očakávate od svojich ľudí? Ako si predstavujete spoluprácu?



Očakávam, že budú aktívni, že budeme otvoreni, slušne a odborne komunikovať, povedia mi ako vnímajú slabé miesta, čo by zlepšili ako by problém riešili, aby vnímali, že sa skutočne môžu podieľať na rozhodnutiach, ktoré priamo ovplyvňujú kvalitu a obsah ich práce.

Ďakujem vám za veľmi príjemný a inšpiratívny rozhovor a želim veľa pracovných aj osobných úspechov.

Info
Mojou úlohou bude získať si dôveru kolegov aby vedeli, že sa na mňa môžu kedykoľvek obrátiť.

NOVINKA

Praktické balenie Mini Mila

Začiatkom roku 2023 sme uviedli na trh zmenšenú **10 g verziu obľúbenej oblátky Mila** v praktickom 180 g balení pre slovenský a český trh. Veríme, že tento produkt sprijemní chvíle našim zákazníkom, ktoré strávia s rodinou alebo kamarátmi, či už doma, na výletoch, v práci alebo v škole.



KAM BY STE SA ŠLI ZABAVIŤ TENTO ROK VY?



Svojimi hlasmi ste rozhodli,
že sa 10. júna
spolu s vašimi blízkymi
stretneme na Dni IDC .



TAKTO STE HLASOVALI:



	DEŇ IDC	AKCIA S KOLEGAMI
PS	52	36
FT	10	9
CF	13	16

Ak máš hlavu plnú nápadov, si organizačný talent, máš cit pre komunikáciu s ľuďmi a chceš byť v organizačnom tíme, ozvi sa na smerigova@idc.sk. Nájdeme spôsob ako tvoj talent ukážeš aj ostným.

Február plný lásky

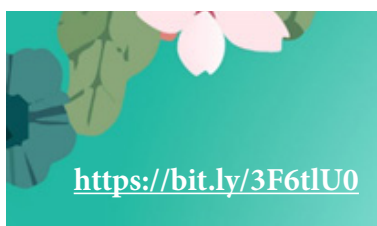
Autor: *Petra Švecová*

Február bol mesiacom lásky a romantiky a pre mnohých z nás je to čas na to, aby sme sa zoznámili s niekým novým. Aj preto sme sa v kampani Mila rozhodli venovať pozornosť práve prvotnému zaujatiu na prvom rande.

Aj Mila môže byť súčasťou tohto dôležitého momentu v živote ľudí a pomôcť im získať dôveru a sebavedomie v tejto situácii. Naším cieľom bolo ukázať, že prvá schôdzka s novým partnerom nemusí byť len o stresujúcom rozhovore a nervozite, ale môže byť aj zábavnou a hravou skúsenosťou, na ktorú budete spomínať s úsmevom na tvári.

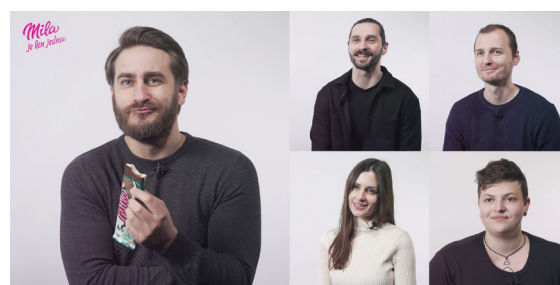
V rámci kampane sme preto pripravili rôzne aktivity a tipy na to, ako zaujať toho druhého na prvom rande. Jednou z našich iniciatív bola aj online anketa vo forme videa, v ktorej sme sa opýtali ľudí na to, aké sú ich najväčšie obavy a očakávania z prvého rande a aké sú ich najobľúbenejšie nápady na to, ako túto situáciu prekonať. A samozrejme, sme tiež nezabudli na obľúbenú oblatku Mila, ktorá môže byť vynikajúcim spoločníkom na prvom rande.

Inšpirovať sa môžete tu:



Mila bola aj súčasťou **eventu TešíMa** – párty pre single ľudí, ktorá sa teší obľube vďaka skvelej organizácii. Ide o výbornú príležitosť spoznať niekoho nového, zoznámiť sa svojou budúcou láskou a Mila bola toho súčasťou. Medzi chutným cateringom sa iná dobrotá, ako je Mila nenašla. Bola súčasťou párty počas celej noci a zároveň aj súčasťou tomboly, v ktorej sa aj vďaka nej vyzbieralo až 1 600 EUR, ktoré budú venované nadácii Dedo a Vagus, ktoré pomáhajú ľuďom bez domova. Mila bola odmenou aj pre súťaže chtivých, počas celej noci sa vyhlasovali interaktívne súťaže v ktorých sa vyhrali vášnivé a krehké Mila oblátky. Mila tak mnohým pomohla prelomiť ľady, otvoriť konverzáciu aj vďaka headlinu kampane „Len pre teba“.

Kampaň však nebola iba o prvom rande ale aj o láske ako takej. O svojom prvom stretnutí a svoj príbeh lásky nám v online videu porozprával aj známy slovenský herec Marek Fašiang so svojou snúbenicou Terezou Bizíkovou.



Ich príbeh lásky nájdete tu:

<https://bit.ly/3SYZC53>

V kampani plnej lásky sme však nezabudli ani na tých, ktorí už svoju lásku našli a pre nich sme pripravili tipy ako tráviť spolu čas, aby ste si boli blízki aj po rokoch.

Medzinárodný deň zdravých žien

Autor: *Gabriela Smerigová*



spavosť, bolesti hlavy, kíbov, krížov či vnútorné napätie môžu spolu súvisieť, nám ozrejmla masérka a **terapeutka Lenka Floriano-vá** v **prednáške** o svalu **Psoas major**. To, že sval s takýmto názvom v tele máme a že priamo ovplyvňuje naše fyzické aj psychické zdravie, sa väčšina z účastníčok dozvedela až počas prednášky. Lektorka vysvetlila, kde sa tento sval nachádza, na aké orgány vplýva a akými signálmi nám dáva naše telo najavo, že tento sval -nazývaný aj „sval duše“ je stiahnutý a neplní si správne svoju funkciu. Súčasťou prednášky boli aj ukážky cvikov na uvoľnenie psoasu. **Obe prednášky boli nahraté prostredníctvom video platformy. Linky boli zverejnené na firemnej sieti a teda mali k informáciám prístup aj všetky naše kolegynky z výroby, ktoré sa nemohli prednášok zúčastniť naživo.** Dúfam, že aspoň

Z ačiatok marca je už tradične spojený s oslavou Medzinárodného dňa žien. Bolo to práve ôsmeho marca 1908, kedy vyšlo do ulíc približne 40 tisíc krajčirok v americkom New Yorku a protestovali za skrátenie pracovnej doby, lepšie pracovné podmienky a mzdy. Vtedy isto netušili, že tento akt predznamená vznik najväčšieho sviatku žien, ktorý sa dodnes oslavuje takmer vo všetkých štátoch sveta.

U nás sme si MDŽ pripomenuli špeciálnymi Dňami zdravia, ktoré boli tento raz zamerané práve na zdravie a vitalitu žien.

Je to pre nás ženy také typické... Častokrát myslíme na všetkých a všetko okolo nás, len akosi zabúdame samé na seba. Čas beží rýchlo, nároky okolia na zvyšujú a my sa častokrát staviame do pozície super hrdiniek. V tejto póze však nevydržíme dlho a svoju daň si telo vyžiada v podobe zlého spánku, boľavého chrbta, ženských problémov, bolestí hlavy, vyčerpanosti, zlej nálady, či

straty motivácie a radosti zo života.

„Svojho nepriateľa treba poznať“ alebo „šťastie praje pripraveným“. Toto boli hlavné myšlienky, ktoré sa niesli **prednáškou** na tému „Perimenopauza“ s **antropologičkou Katarínou Miroš Baniari**. Katka je skúsená koučka a odborníčka v oblasti starostlivosti o ženské zdravie. Zodpovedala otázky

Info

Hovorilo sa o dôležitosti absolvovania preventívnej prehliadky u svojho gynekológa raz ročne, ako aj pravidelnom mesačnom samovyšetrení prsníkov.



týkajúce sa ženského cyklu, hormonálnych zmien po štyridsiatom roku života ženy a poskytla tipy, ako sa s týmito prirodzenými zmenami vysporiadať. O tom, že telo je jeden úžasný komplex a ne-

niektoré túto možnosť využili a možno doma, v pokoji sa o svojom zdraví dozvedeli opäť niečo nové.

Téma, ktorá si zaslúži pozornosť nielen žien, ale aj mužov, ktorým na ženách záleží,

je prevencia rakoviny prsníka. Vďaka spolupráci so Všeobecnou zdravotnou poisťovňou si mohli dámy **pod**



vedením ženskej lekárky Scarlett Palkovičovej vyskúšať na makete prs správnu techniku samovyšetrenia prsníkov a nahmatať útvary (hrčky), o ktorých treba bezodkladne informovať svojho lekára. Hovorilo sa o dôležitosti absolvovania preventívnej prehliadky u svojho gynekológa raz ročne, ako aj pravidelnom mesačnom samovyšetrení prsníkov. Aby na naši mužskí kolegovia necítili ukriždení, že sme na nich nemysleli, zabezpečili sme aj pre nich **meranie životných funkcií a vitality** orgánov prostredníctvom prístrojov In Body, **meranie úrovne stresu** v spoluprá-

ci s Inštitútom stresu, **zistenie krvnej skupiny**, prebehla osвета o dôležitosti **darovania krvi** s o.z. Daruj krv, daruj život a vyšetrenie stavu vnútorných orgánov pomocou **kvantového rezonančného magnetického analyzátoru** od zdravotnej poisťovne Dôvera. Do dní zdravia sa opäť zapojila aj naša stravovacia spoločnosť, ktorá pozvala šéfkuchára **Libora Jantoláka** a ten navaril špeciálne zdravé jedlá. Potešením pre dámy bol určite aj voňavý perníček v tvare srdca alebo kvietku, ktoré dostali k obedu od vedúceho podnikovej reštaurácie.



NECHCEŠ PREŠVIHNÚŤ ZAUJÍMAVÉ AKCIE?

OZVI SA NÁM!

CHCEŠ BYŤ V OBRAZE
A DOSTÁVAŤ
NOVINKY Z IDC
PRIAMO NA SVOJ E-MAIL?



**VYPÍŠ SÚHLAS
SO SPRACOVANÍM
OSOBNÝCH ÚDAJOV**

a vhod' ho do schránok v areáli spoločnosti alebo zašli na mail:
smerigova@idc.sk



Na základe SÚHLASU SO SPRACOVANÍM OSOBNÝCH ÚDAJOV

ti budú zasielané na e-mail informácie z prostredia I.D.C. Holding, a.s. týkajúce sa benefitov, športových a kultúrnych podujatí či info o voľných pracovných pozíciách.

Aby ste si boli blízki aj po rokoch. Tráviť čas spolu sa oplatí, tu sú naše tipy.

Autor: *Slovenský marketing*

Spoločnými zážitkami s našimi blízkymi si zlepšujeme náladu, odbúravame stres a vytvárame medzi sebou silnejšie puto. Február mesiac lásky, je ako stvorený na príjemné chvíle či už s partnerom, alebo s kamarátkami. Inšpirujte sa našimi tipmi a vyberte si ten najlepší podľa toho, čo milujete práve vy.



M ILUjem: Cesty za hranice

Vyššie polovica Slovákov sa chystá tento rok objavovať iné európske krajiny. Patríte medzi nich? Ak nie ste viazaní dátumami, letenky sa dajú nájsť z Bratislavy alebo Košíc už od pár eur. O niekoľko hodín tak môžete obdivovať londýnsky Tower Bridge, milánsku katedrálu či bruselského „cikáčika“. Kokteil z piesku, zo slnka a slanej vody môže pôsobiť ako afrodisiakum, ak sa vyberiete so svojou polovičkou za exotikou niekde k moru aj v týchto chladnejších mesiacoch. Aj keď opálenie časom vybledne, spomienky vám ostanú navždy.

Naše tipy: Neraz lietame do diaľok, a pritom sme ešte neobjavili krásy v susedných krajinách. Budapešť, Krakov, Praha, Viedeň – to všetko sú

nádherne mestá, ktoré navštevujú turisti z celého sveta. My máme ten luxus, že stačí nasadnúť na vlak, autobus či do auta. Nezabudnite si pripáliť neodolateľnú Milu a hurá na výlet!

MILUjem: Skvelé príbehy

Divadlo je stále obľúbený spôsob trávenia spoločného času, najmä po nútenej pandemickej prestávke. Vezmite svoju polovičku alebo kamarátku na zaujímavú hru, muzikál, balet či operu a neskôr sa o nej porozprávajte pri dobrom drinku. Dávate prednosť pohodlnej pohovke? Užite si spoločný večer pri filme či seriáli. Nezabudnite si pripraviť pukance, Milu, obľúbený nápoj a stliť svetlá. Filmový či seriálový maratón si vychutnáte aj s kamarátkami. Streamovacie spoločnosti majú širokú po-

nuku, z ktorej si určite niečo vyberiete.

Naše tipy: Spravte si výlet za divadlom – opera Carmen či predstavenie Kocúrko v Bratislave sú predstavenia, ktoré vám určite vyčaria úsmev na perách. Na HBO Max môžete stavať na klasiku ako Sex v meste či jeho pokračovanie Ako to bolo ďalej. Na Netflixu zas nájdete novú sériu Emily in Paris, ale aj obľúbené romantické komédie – napríklad Ako uloviť družičku alebo Ako stratiť muža za 10 dní.



MILUjem: Delikátne jedlo

Jedlo a láska idú ruka v ruke. Vykrúčte zo svojej komfortnej zóny a ochutnajte s priateľom či kamarátkou niečo nové, čo si doma sami nepripravíte. S jedením sa neponáhľajte, užite si každý hlt a príjemnú spoločnosť. Nemáte predsa len chuť sedieť



vyššie afrodisiakum). Hlavné jedlo si žiada niečo špeciálne, ako napríklad krémové hubové/šafránové rizoto, cestoviny Carbonara či mix morských plodov v bylínkovej omáčke. A čo lepšie dotvorí celý zážitok ako pravé talianske tiramisu? V prípade, že ste všetky svoje sily vložili do 3 chodovej večere, vašu chuť na sladké spoľahlivo uspokojí Mila.

MILUjem: Oddych v lone prírody

Čerstvý vzduch, snehobiela farba, očarujúce výhľady – vyberte sa na výlet do prírody! Útulná malá chatka na samote na predĺžený víkend vie krásne okoreniť všedné dni. Túžite predsa len obaja skôr po pohodlí? Vyberte sa do niektorého z horských hotelov. Chodte na túru, navštívte jaskyňu, alebo si užite sánkovačku ako za detských čias. Do batoha si pribalte niečo, čo vám dodá energiu, napríklad obľúbenú Milu.

Naše tipy: Na Slovensku je veľa zaujímavých miest, ktorých objavovanie vám môže urobiť radosť hneď dva krát. Prvý krát, keď si bu-

dete ich vyberanie a plánovanie výletu užívať doma na gauči a druhý krát keď ich spoločne navštívite a uvidíte ich na vlastné oči.

Či už sa vyberiete do prírody, divadla alebo vsadíte na dobré, nezabudnite, že láska sa dá vyjadriť aj maličkosťou. S obličkou Mila svojej polovičky či kamarátky vyčaríte úsmev na tvári.

Info
Či už sa vyberiete do prírody, divadla alebo vsadíte na dobré, nezabudnite, že láska sa dá vyjadriť aj maličkosťou.

v podniku a chcete prekvapiť svoju polovičku v pohodlí domova? Skúste pripraviť niečo nové, možno od vás priam nečakané – internet je plný zaujímavých inšpirácií. Naše tipy: Kvalitný steak, thajská pražená ryža, mexické burrito alebo slovenské halušky. Pripravte si spoločne romantickú večeru s témou jednej krajiny. Začnete s klasickou opečenou bruchettou, ktorú doplníte marinovanými paradajkami a čerstvou bazalkou. Nič nepokazíte talianskou polievkou Minestrone, alebo hustou polievkou z paradajok, cibule a zeleru (zeler je na-

Milovať niekoho znamená byť jediný, čo vidí zázrak, ktorý ostatní nevidia.

(F. Mauriac)

Láska začína v okamihu, rastie v priebehu života a trvá večne.

(autor neznámy)

Všetko čo robíte, robte s Láskou.

(1 KOR. 16,14)

NOVINKA

Explózia sviežosti - Verbena Eukalyptus Extra Strong

Pre milovníkov výrazných mentolových príchuťí sme pripravili novinku Verbena Eukalyptus Extra Strong. Túto uvedieme vo forme rolky 32 g na slovenský a poľský trh a väčšiu, 60 g verziu balenú do flowpacku sme pripravili pre spotrebiteľov na maďarskom a poľskom trhu.



O živote aj pracovných výzvach so šéfom marketingu, Jurajom Grosošom

Autor: **Gabriela Smerigová**



Ráno sa budí pred piatou a svoj deň začína kávou. Vo voľnom čase sa venuje fotografovaniu a fascinuje ho história Izraela. Viac si užíva samotný proces tvorby ako konečný výsledok. Podľa jeho slov má v profesionálnom živote šťastie, že pracoval len pre kultové značky.

O pracovných začiatkoch, pôsobení v zahraničí, plánoch do budúcnosti a zľahka aj o súkromí som sa rozprávala s novým riaditeľom marketingu, Jurajom Grošo.

Info

Veľmi ma baví tvoriť a viesť ľudí. Byť im blízko a keď potrebujú, pomôcť im. To sú veci, pri ktorých sa cítim dobre.

Aký je váš obľúbený podcast?

Sme v kaviarni, Týždeň s. týždňom a The Jordan B. Peterson Podcast.

A naj appka?

WhatsApp

Čo vás zaručene rozosmeje a pobaví?

Dobry sarkazmus a príjemné spomienky.

Čo máte na ľuďoch najradšej?

Schopnosť sebareflexie.

Ktorá vlastnosť vás privádza do zúrivosti?

Presný opak. Teda ak niekto nemá dostatok sebareflexie, tak by som vedel vyliezť na plafón.

Čo rád robíte vo voľnom čase?

Rád fotím. Primárne sa pre mňa fotografovanie zúžilo na fotenie tečúcej vody alebo „street“ (fotografovanie atmosféry ulice – pozn. red.). Na dobrý street potrebujem vhodné prostredie s atmosférou a byť v tom momente naladený, že budem ľuďom krádnúť dušu.

Akú knihu máte momentálne na nočnom stolíku?

Teraz tam mám rozčítanú



históriu Jeruzalema. Mám ale rád knihy z vydavateľstva Taschen. Robí encyklopédie s nádhernými fotografiami, ktoré vás doslova vtiahnu. Práve mi prišla zásielka o Archívoch NASA a Kastrovej Kube – dokumentárna biblia de facto. Odkedy som sa vrátil z Izraela prečítal som hodne kníh týkajúcich sa jeho histórie. Naposledy to boli Stručné dejiny znovuzrodeného národa a pre mňa je ešte fascinujúca kniha od Dmitryho Glukhovského – Metro.

A pre vás bol svet marketingu vždy jasná voľba? Ako ste sa vlastne ocitli v tomto vesmíre?

Po skončení fakulty podnikového manažmentu na Ekonomickej univerzite som rovno po škole nastúpil do firmy Dr. Oetker do trainee programu (absolventský program). Dostal som hneď na starosť uvedenie nového výrobku na trh – müsli Vitalis, med Langnese, food-sevice portfolio, ktorý sa vtedy rozbiehal, plus Nielsen dáta, ktoré som spracovával.

Čiže venovali ste sa aj analytike aj produktovému marketingu. Ktorá z oblastí vám lepšie vyhovovala?

Som celkom cez čísla. Takže, keď som dostal za úlohu spracovať Nielsen dáta, postupom času som ich začal vnímať inak. Dostával som nápady, čo by sa z nich ešte dalo vyčítať, aké sú medzi číslami súvislosti. V produktovom marketingu to boli pre každého



z nás nové veci. Msli Vitalis bol nový sortiment, rovnako ako med Langnese (táto značka už medzičasom nepatrí pod značku Dr. Oetker) a trh food servisu bol v plienkach. Rozpočty sme nemali nijako zásadné a nebolo treba špekulovať až tak veľmi nad komunikáciou, ktorú určovala centrála.

Toto zatiaľ neznie veľmi kreatívne. Bol tam priestor aj na sebarealizáciu?

„Viac inklinujem k marketingu, lebo medzičas nie je až taký zásadný. Je to plynulejšie.“

Ale áno, boli tam prvky, ktoré by sme s trochou nadšádzky mohli pomenovať ako kreatívne a tie potom človeka chytia. Od zabezpečenia obalov produktov, cez preklady až po komunikáciu, pozicioning, vizuály.

Mali ste šťastie na kolegov?

Šéf marketingu a brandmanažérka, s ktorými som pracoval ma zobrali pod krídla a sprevádzali. Dali mi základné noty, tipy kde sa pozrieť, aké poznatky dať dohromady, kontakty v Nemecku na materskú firmu - bolo to také učenie za behu.

Pracovali ste v medzinárodnej firme takže ste si vyskúšali aj prax v zahraničí?

Najskôr ma poslali na mesačnú stáž do nemeckej centrály. Nech vidím ako prebieha výroba müsli, o čom to celé je. Tu som sa zoznámil s ľuďmi, ktorí mali na starosti food-service, s ktorými som si profesne sadol. Po mesiaci som sa vrátil späť do Bratislavy ale asi po roku a pol ma stiahli späť do Nemecka práve na časť food-servicu, aby som robil podporu v rámci strednej Európy. Takže tam som sa prehupol do food-servicu, kde som si privoňal k obchodu a exportu - to ešte nebolo obchodovanie v rámci EÚ.

Áno, čo vás na práci najviac baví?

Veľmi ma baví tvoriť. Proces tvorby ako taký. Aj keď som bol malý a hrali sme sa na pieskovisku, bavilo ma stavať hrady, ale už ma nebavilo chodiť medzi hradmi s autičkami. Teda tvorba stratégie ako takej a vedenie ľudí - byť im blízko a keď potrebujú, pomôcť im. To sú také veci, kde sa naozaj cítim dobre.

Keď porovnáte marketing a obchod, čím vás marketing oslovuje?



Na marketingu je čarovné to, že na rozdiel od obchodu kde máte začiatok a koniec účtovného obdobia alebo obchodného roka, vynuluje sa počítadlo a 1. januára idete de facto odznova, aby ten rast opäť nastal. Marketing je proces. Je to neustály vývoj a nekonečná hra. Preto viac inklinujem k marketingu, lebo medzičas nie je až taký zásadný. Je to plynulejšie.

Pracovali ste v zahraničí niečo cez jedenásť rokov. Pôsobili ste v Nemecku, Česku, Francúzsku, Turecku a Izraeli. Povedzte mi o kultúrnych špecifikách.

Vyskúšal som si prácu s ľuďmi z rôznych kultúr. Od nepredvídateľného Blízkeho východu až po uhladených Francúzov. Napríklad v Izraeli je najväčší problém čokoľvek naplánovať.

V Turecku je zložitité zorientovať sa v celkovom chaose, ktorý tam vládne a naučiť sa obchodovať s ich povestnou

emocionalitou v rámci trhu. V Izraeli je obchodovanie hlasné, ale aspoň nie chaotické. Francúzsky manažment si necháva milión zadných vrátok a tristo rôznych scenárov. Nazval by som ich váhavicami. Nemci sú pedanti, procesne zameraní, usporiadaní a uprataní.

„Nie som tu od toho, aby som sedel za počítačom a vymýšľal vizuál na Horalky.“

Čo rozhodlo, že ste sa rozhodli pracovať u nás v IDC?

Na tango treba dvoch. Ja som sa rozhodol jednak z osobných dôvodov, potom zavážila sila značiek a geografia – možnosť pracovať na Slovensku, venovať sa čisto len marketingu a napokon, mám rád sladké.

Ako tu vnímate svoju misiu?

Ja vnímam moju misiu tak, že idem manažovať marketing. Neprišiel som ho robiť. Na robenie marketingu sú tu kolegyňky IBM, ktorým podporu robí projektový marketing a agentúry. Ja sám seba vnímam ako orchestrátora toho celého. Nie som tu od toho, aby som sedel za počítačom a vymýšľal vizuál na Horalky. Baví ma manažovanie, vytýčenie smeru – vidieť za horizont. Povedať: „Sem chceme ísť“. Vidieť za kopec a skúšať tam ľudí doviest. Presvedčiť ich a vysvetliť prečo je to dôležité. Dostať ich na palubu a ísť. Tam sa ja vidím, tam som doma.

Za akého šéfa sa považujete?

Na prvý pohľad som studený, nepríjemný čumák a trvá, kým si s ľuďmi nájdeme cestu. Nesadnem hneď každému. Považujem sa za trpezlivého človeka a dokážem



dať ľuďom priestor ak vidím, že veci sa hýbu dopredu. Ak nevidím progres, strácam trpezlivosť.

Dávate otvorenú spätnú väzbu, alebo sa skôr vyjadrujete v náznakoch?

Čakám na sebareflexiu, ale minimálne ju iniciujem.

Viete kričať?

Viem, ale veľmi málo to robím. A v práci som v živote nekričal. NIKDY. Vypeniť na ľudí nemá význam.

Aké správanie očakávate od svojich ľudí?

Ja chcem z ľudí okolo mňa spraviť tím. Momentálne ich vnímam ako samostatné entity a mojím cieľom je z nich vystavať fungujúci tím. Aby sa tak stalo, bude nutné upraviť ich oprávnenia konať, rozhodovať a prijímať zodpovednosť za svoje rozhodnutia. Nechcem na nich presúvať právomoci, ale dať im najavo, že ich majú. Aby mohli začať lietať.

Kde čerpáte inšpiráciu v rámci nových trendov v marketingu, čo sledujete?

Fungujem na LinkedIn v najakých skupinách, ale v prin-

cípe sa pozerám okolo seba. Čo sa deje v regáloch, čo sa deje na pultoch predajní. Výbornou inšpiráciou sú výstavy – Sial, Anuga, Kolín.

Intenzívne sa rozpráva o AI (umelej inteligencii, pozn. red). Ako ju vnímate vy? Dokáže umelá inteligencia vytlačiť copywriterov, marketérov a ľudí z tejto brandže, alebo to bude skôr nevyhnutný nástroj pre marketérov?

Otázkou je v akom smere. Ak potrebujete spraviť preklad, tak je to super. Ale marketing je o emóciách. A ja nepredpokladám, že AI bude vedieť v blízkej budúcnosti reflektovať emócie, resp. vložiť do komunikácie emočný prvok, ktorý tam patrí.

Takže inšpirovať nás určite AI môže, nahradiť nie?

Ľudský faktor je v tejto brandži nenahraditeľný. Hlavne ak sa jedná o jedlo, pitie, alkohol alebo cigary. Tieto produkty sú o emóciách a príbehu, ktorý môžete donekonečna rozvíjať.

Naše značky sú vnímané na trhu ako ikonické. Súhlasíte?

Horalky vnímam už asi „390 rokov“ odkedy som tu a viem vnímať. Ja som mal v živote to šťastie, že som mal príležitosť pracovať zatiaľ len pre ikonické značky. Aj Dr. Oetker je značka. 120 rokov histórie niečo znamená, Royal Canin detto, Žilinská treska, Hubert a teraz Sedita.

Aké hlavné výzvy vnímate, že stoja pred vami? Čo bude nasledovať počas najbližšieho roka?

Naštudovať si o čom to tu je, zmapovať silné a slabé stránky a zostaviť marketingový plán na budúci rok tak, aby sme ich začali postupne odstraňovať. Toto sa jednak týka značiek, ale zároveň je tu aj tím ľudí, s ktorými chcem pracovať. Zistiť, čo chcú, kde sa vidia, pozrieť sa na efektivitu rozpočtov, kde sa dajú nájsť rezervy...

Stravovacie návyky sa menia. Ako sa s rastúcim trendom a dopytom po zdravej

vých potravínach plánujete vysporiadať? Majú naše výrobky šancu na úspech povedzme o 10 rokov?

„Máme otvorené dvere do celého sveta.“

My máme otvorené dvere do celého sveta. To je jedna vec. Stále tu budú rozvojové krajiny, ktoré si svoju zvyšujúcu životnú úroveň budú riešiť cez značky. Začína to potravinami, oblečením, vybavením domácností, elektronikou cez autá a končiac nehnuteľnosťami. Blízky východ aj juhovýchodná Ázia sú obrovské trhy.

Snahou o zachytenie trendu potravín s pridanou hodnotou je značka Verbena.

Podľa mňa je Verbena brand ako vyšitý na tento druh zdravého trendu. Vidím v ňom veľký potenciál. Treba si uvedomiť, že nikdy nebu-

deme bezkalorickí a tento fakt potom treba kompenzovať správne robeným marketingom.



Ďakujem vám veľmi pekne za rozhovor. Želám vám veľa nápadov ale aj úspechov pri zdolávaní marketingových výziev.

Dávka vitamínov pre každého zamestnanca

Autor: Redakcia



Aby naše telo optimálne fungovalo je dôležité dodávať mu správne palivo.

Myslíme na to, že je nevyhnutné jesť vhodnú a nutrične vyváženú stravu, dopriať si pravidelný pohyb na čerstvom vzduchu, nezabúdať na pitný režim a dokázať sa tešiť hoc aj z každodenných maličkostí. Jarné obdobie je častokrát spojené so syndrómom únavy, kedy sa po zime cítíme emočne aj fyzicky vyčerpaní. Lekári tento stav vysvetľujú nedostatkom slnečného žiarenia v zimných mesiacoch a zmenami hladín živín a vitamínov v krvi. Aby sme toto obdobie jednoduchšie pre-

klenuli a mohli si jar užívať plnými dúškami dostali všetci zamestnanci vitamínový balíček.

Balíček zdravia na podporu imunity **obsahoval vitamín C, D, B6, stopové prvky zinku, horčík a laktobacily**, ktoré prispievajú k zdravému prostrediu našej tráviacej sústavy.

Stále sa však jedná len o doplnky k výžive. Nezabúdajme, že zdravie máme len jedno a vo veľkej miere závisí na tom čo máme na tanieri ako pristupujeme k sebe a aj k ostatným okolo nás.

Vyskúšajte Horalky peanut butter

Autor: **Marián Gombík**

Horalky pozná každý. A každý ich už jedol, dokonca aj za posledný mesiac ich malo 7 z 10 Slovákov. Sú najpredávanejšou značkou na celom trhu oblátok na Slovensku.

Keďže sú už takmer na strope svojich možností v jednej príchuťi a jednom balení, tak možnosť rastu vidíme v produktových inováciách.

Nikdy ale nechceme meniť to, že sa jedná o obvodovo máčané oblátky s arašidovou plnkou. Preto sme sa rozhodli po prvýkrát od roku 1965 rozšíriť Horalky o modernú príchuť, ktorá ale zostáva verná značke!

Horalky peanut butter s jemne slanou plnkou s obsahom arašidového masla prinášajú nový rozmer chuti, ktorou máme možnosť získať nových zákazníkov aj z mladšej vekovej kategórie.

S distribúciou začíname na jar a už v apríli Horalky peanut butter predstavíme v koncepte „Peanut butter – Nová dimenzia arašidovej chuti“. Uvedieme ich ako najnovšiu vychytávku od Se-

Peanut Butter

Nová dimenzia arašidovej chuti

Teraz s
arašidovým maslom

Technológia kakaového odlačku

Konštrukcia, ktorá vydrží do prvého zahryznutia

Vodeodolný obal

1000% Horalkovosť

Bezdrôtový prenos energie

Viacjadrový arašidový procesor

dity, podobne ako keď Aple predstavuje svoj najnovší iPhone aj s technologickými vlastnosťami ako je „viacjadrový arašidový procesor“, či „technológia kakaového odlačku“...Kampaň bude prezentovaná v prvej vlne na

sociálnych sieťach, weboch, youtube a na miestach predaja rôznymi druhotnými vbstaveniami. V lete prebehne druhá vlna už aj s novou televíznou reklamou a pridáme aj možnosť ochutnať novinku formou samplingu.



B E N E F I T

Nový balíček benefitov v hodnote 250€ sme pre vás pripravili, ako odpoveď na vaše podnety z prieskumu spokojnosti

Rozšírili sme portfólio oblastí, v rámci ktorého môžete balíček využiť a prinášame vám ich prehľad.

Tipy a možnosti ako využiť balíček pre **RODINY S DEŤMI**:

- **príspevok pri narodení dieťaťa** - vo výške **200 € / dieťa**, príspevok na dieťa pri návšteve jasiel alebo materskej školy - v hodnote max. **150 € / dieťa**,
- **príspevok na dieťa** pri nástupe do 1. ročníka základnej školy - vo výške **150 € / dieťa**, preplatenie nákladov na detský tábor, kultúrne a športové podujatia - divadlo, kino, koncert, športové podujatia.



ZDRAVIE je dôležité a preto môžete balíček využiť aj na:

- **zdravotnú starostlivosť** - poplatky v zdravotníckych zariadeniach, príspevok na optické pomôcky napr. dioptrické okuliare, šošovky,
- **regeneráciu pracovnej sily a športovú rehabilitáciu** - masáže, posilňovňa, telocvičňa, bazén, sauna, wellness, kadernícke a kozmetické služby, manikúra, pedikúra, skipass, lanovky, rybárske preteky/lístky,
- **rekreačný pobyt na Slovensku** min. na dve noci.



Balíček v hodnote 250 € môžete využiť aj na pokrytie časti nákladov súvisiacich s dochádzaním do práce – tzv. **cestovné**.

Ako sme si poradili s otázkami odpadového hospodárstva?

Autori: **Martin Sloboda, Peter Leško**

Č o najpresnejšia evidencia a efektívne nakladanie s odpadom, ktorý vzniká ako dôsledok výrobných činností, patria medzi dôležité aspekty z pohľadu ochrany životného prostredia a udržateľnosti.

Projekt odpadového hospodárstva v našej najväčšej prevádzkarni v Seredi riešil v zásade dva hlavné ciele. Z pohľadu informatizácie ide o otázku automatizácie evidencie nespracovateľného zlomu z výroby vo výrobných halách B a D.

Princíp spočíva vo vážení zhromaždeného nespracovateľného zlomu na plošinových váhach. Pri vážení tohto zlomu sa pracovník výroby prihlási cez zamestnaneckú kartičku do vážiacej aplikácie. Po zadaní uvedených parametrov systém odváži hmotnosť odpadu a čistú váhu zašle s potrebnými údajmi cez komunikačný uzol do informačného systé-

mu výroby VOIS.

Hlavným prínosom zberu dát je presná informácia o množstve nespracovateľného zlomu, ktorý sa produkuje vo výrobnom procese. Na základe údajov z váh, bude možné optimalizovať výrobné procesy efektívnejšie a minimalizovať tvorbu nespracovateľného zlomu.

Druhým, ale veľmi dôležitým cieľom bolo zvýšenie hygieny vo výrobe a v priestoroch odpadového hospodárstva, komplexná úprava priestorov (maľovanie, stavebné, zámočnické práce, atď.) prekládok hala B a D a eliminácia drevených paliet to výrobe.

Samozrejme, netreba zabúdať na zlepšenie skladovania a manipulácie z odpadmi vo vonkajších priestoroch a čistotu vonkajších plôch. Toto sme dosiahli zakúpením plastových paliet a big boxov.

Pre ľahšiu manipuláciu pracovníkom výroby s odpadovým piškôtovým cestom, sme na mieru nadefinovali a navrhli špecifickú plastovú nádobu. Tá jednoznačne svojimi parametrami znížila fyzickú námahu pracovníkov pri manipulácii s nádobou, zjednodušila im vizuálnu kontrolu obsluhu nádoby a rovnako aj jej čistenie.

V budúcnosti nás v rámci projektu odpadového hospodárstva čakajú výzvy na zabezpečenie čistenia big boxov a plastových paliet, separácia komunálnych odpadov a výmena hydraulikkej plošiny vedľa haly B a podobne. O tom však na budúce.

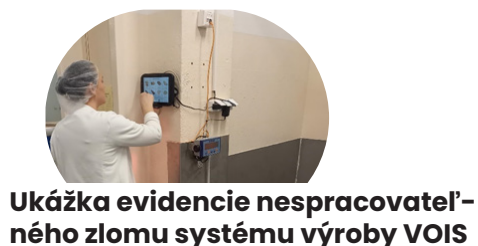
Info

Princíp spočíva vo vážení zhromaždeného nespracovateľného zlomu na plošinových váhach.



Nerezová nádoba s hmotnosťou 280 kg

Nová plastová nádoba s hmotnosťou cca 30 kg



Ukážka evidencie nespracovateľného zlomu systému výroby VOIS



Po úpravách



Po úpravách

Naši pracovní

JUBILANTI

100 €

5 rokov

Ľudmila Anettová prevádzkareň Figaro Trnava
Patrik Bédi prevádzkareň Pečivárne Sered'
Jozef Bugyi prevádzkareň Pečivárne Sered'
Róbert Danihlík informatika
Dušan Danko prevádzkareň Pečivárne Sered'
Mária Horváthová prevádzkareň Figaro Trnava
Štefan Katona prevádzkareň Figaro Trnava
Iveta Klčová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Milan Mosnák prevádzkareň Figaro Trnava
Miroslav Nádaský prevádzkareň Pečivárne Sered'
Eva Rojková prevádzkareň Pečivárne Sered'
Michaela Sitárová prevádzkareň Figaro Trnava
Erika Suchoňová správa riaditeľa nákupu
Erika Taksonyiová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Mária Taksonyiová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Peter Terner prevádzkareň Pečivárne Sered'
Emil Truhlář prevádzkareň Pečivárne Sered'
Peter Urban logistika a doprava
Alexandra Vandrová prevádzkareň Figaro Trnava

10 rokov

150 €

Marta Bosáková oddelenie ÚRK
Renáta Frantová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Drahoslava Gálová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Milan Gedeon prevádzkareň Pečivárne Sered'
Jaroslava Jalšovská logistika a doprava
Eva Kollárová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Ľubica Kollárová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Silvia Lakiová prevádzkareň Pečivárne Sered'
Milan Pinka prevádzkareň Pečivárne Sered'
Lenka Straňáková prevádzkareň Pečivárne Sered'
Galina Ševčíková prevádzkareň Pečivárne Sered'
Lukáš Šopor logistika a doprava
Andrej Tóth prevádzkareň Pečivárne Sered'
Tomáš Vívodík prevádzkareň Pečivárne Sered'
Bohumil Vrždák prevádzkareň Pečivárne Sered'

Naši pracovní JUBILANTI

200 €

15 rokov

Róbert Kolenič prevádzkareň Cífer
Monika Nádaská správa prevádzkarne Pečivárne Sereď
Roman Šemelák logistika a doprava
Pavol Šimko prevádzkareň Cífer

15 rokov

Katarína Práznovská vývoj a príprava výroby

250 €

25 rokov

Beata Kosíková prevádzkareň Pečivárne Sereď
Zuzana Miksová oddelenie ÚRK
Blažena Novotná prevádzkareň Figaro Trnava
Erika Pazúrová správa prevádzkarne Pečivárne Sereď
Mária Sehnalová obchod
Anna Šatárová prevádzkareň Pečivárne Sereď

300 €

30 rokov

Klaudia Brosmanová logistika a doprava
Milan Kamenár správa technického riaditeľa
Ľuboš Nádaský správa technického riaditeľa

350 €

400 €


35 rokov

Jana Romanová správa prevádzkarne Cífer
Renáta Šmidovičová prevádzkareň Figaro Trnava
Jozef Šulák prevádzkareň Figaro Trnava
Alena Vykydalová prevádzkareň Figaro Trnava

40 rokov

Jaroslav Melišík prevádzkareň Pečivárne Sereď
Zdena Osuská prevádzkareň Figaro Trnava

450 €



*Príjemné prežitie
blížiacich sa sviatkov jari,
načerpanie síl zo slnečných lúčou
a dni bohaté
na príjemné momenty
vám želá
redakcia Našich novín.*