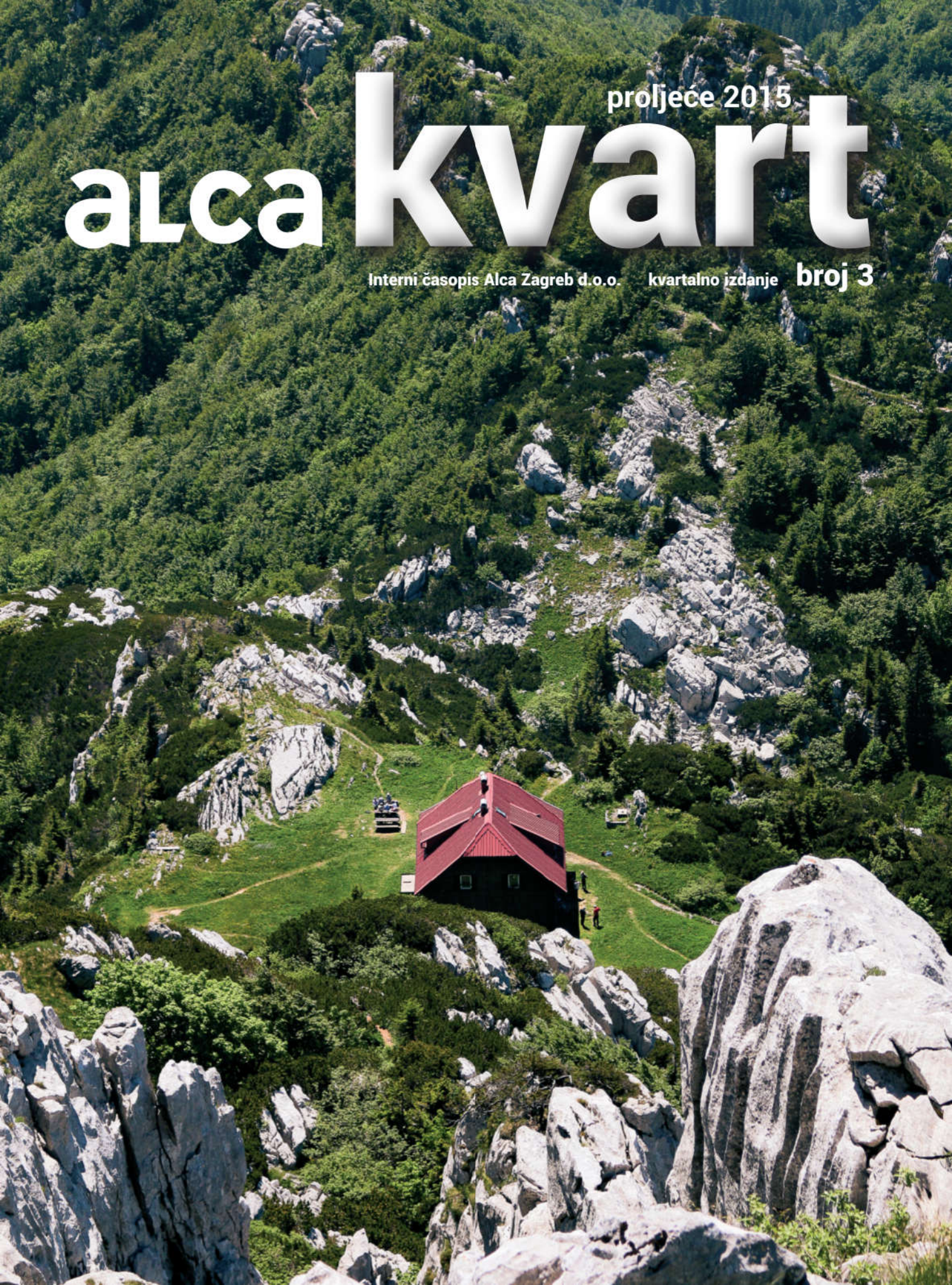


alca kvart

proljeće 2015

Interni časopis Alca Zagreb d.o.o. kvartalno izdanje broj 3



Interni časopis
Alca Zagreb d.o.o.
broj 3 - proljeće 2015

Nakladnik

Alca Zagreb d.o.o.
Koledovčina 2
10000 Zagreb
www.alca.hr
matični broj: 3573303
oib: 58353015102

Ured i prodaja

tel: +385 (1) 2481 111
fax: +385 (1) 2404 766

Logistika

tel: +385 (1) 2900 400
fax: +385 (1) 2900 460

Uredništvo

urednistvo@alca.hr

Grafički urednik

Alan Čaplar

Grafička priprema i tisak

Urednik d.o.o., Zagreb

Naslovnica

Schlosserov dom - Risnjak,
Foto: Goran Crnković

Časopis izlazi kvartalno i
distribuiru se besplatno.

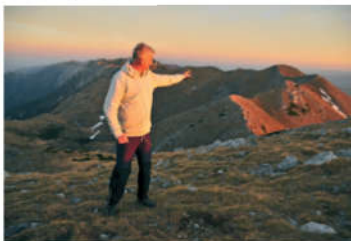
Stavovi i mišljenja izneseni
u časopisu nisu nužno stavovi i
mišljenja nakladnika i uredništva.

Sadržaj

3 Uvodna riječ

4 Info kvart

- 4 „Samo je nebo granica“ –
Intervju s Goranom Sečnjom



- 6 Over the counter – OTC

8 Alca aktualnosti

- 8 Maretti
9 Hell
10 Rituals
11 Alca Zagreb u promicanju
zapošljavanja mladih
12 „Medvjedi“ u kampanji „Da
nijedno dijete u hrvatskim
školama ne bude gladno“

14 Tajna uspjeha

- 14 Poslovni imidž



15 HR kvart

- 15 Upravljanje učinkovitošću

17 IT kvart

- 17 Sigurnost i sigurnosna politika
Alce u IT-u

19 Zeleni kvart

- 19 Održivi razvoj i društveno
odgovorno poslovanje
21 Recikliranje otpada

22 Alca od srca

- 22 Međunarodni dan osoba sa
Down sindromom
23 Udruga dijaliziranih i
transplantiranih bubrežnih
bolesnika Novi Marof
24 Donacija udruzi Rocco za
zaštitu životinja

25 Kvart događanja

- 25 Fašnik u Alci
26 Alca - GSK team building
Sveti Martin na Muri



- 28 Dani Palome - mjesto
razmjene iskustava, druženja i
učenja

29 Praktični savjeti

- 29 Život bez mrlja

30 Kamo za vikend

- 30 Izlet u Nacionalni park Risnjak
Do izvora rijeke Kupe i spilje
Lokvarke kod Delnica

31 Uredske vježbe

- 31 Vježba za aktivaciju mišića
gornjeg i donjeg dijela leđa

32 Pozitivne misli



Dragi naši,

Na vratima je proljeće, a ljetno samo što nije stiglo. Oko nas se širi miris pokošene trave, lagani povjetarac nosi mirise bagrema i bazge, a temperature nemilice rastu. Jutra su postala bistra i plava, i možda više nego u bilo kojem drugom trenutku u godini, uživamo u dužim danima, prostorijama okupanim svjetlošću i toplinom koja nam grije lice. Svi u tom trenutku poželimo da dan potraje još duže. Pokreće nas neka posebna volja i snaga i jednako kako ostavljamo težinu teških zimskih cipela i obuvamo lakše sandale, tako se trebamo okrenuti na trenutak i pogledati na sebe te se zapitati – „Što nas čini sretnima?“.

Stoga, pogledajte oko sebe, promatrajte lica ljudi i zapitajte se što vidite. Pokušajte barem na trenutak promatrati očima djeteta - bez zadrške i predrasuda, iskreno i sa znatiželjom. Vidite li tu prekrasnu prirodu oko sebe i mnoštvo boja pristiglih u naša dvorišta i grad? Ili pak ulice, trgove i parkove najednom ispunjene veselim glasovima?

Kada ste posljednji put sjeli na travu te oprali ruke u potoku ili rijeci? Što čekate?

Uživajte u svakom danu, u svakom trenutku ovog predivnog proljeća, ali i novom proljetnom izdanju trećeg broja Alca kvarta.

I u ovom broju pripremili smo za vas puno zanimljivih i aktualnih tema.

Iskoristite ih kako biste ste se informirali, ali i opustili.

*Vaši vjerni urednici,
Suzana Tomić, Davorka Orač, Ivona Zaninović i Goran Crnković*

Foto: Goran Sečanj





„Samo je nebo granica“

Intervju s Goranom Sečnjom

Piše: **Sanda Berženji** Foto: **Goran Sečanj**

U ovom vas broju želimo upoznati s kolegom Goranom koji nas redovito iznenadi fantastičnim fotografijama, ali i zgodama koje proživljava na svojim planinarskim avanturama. Možda upravo Goran, više nego itko drugi, može dati odličan savjet što kroz poslovno-životno iskustvo, što iz privatnih iskustava kako se postaviti u određenoj situaciji, ali i dati odličan savjet kako uživati u životu.

Gorane 15 godina u Alci? Što reći?

Prije svega, ne mogu vjerovati da je prošlo 15 godina. Apsolutno se svega sjećam, kao da je bilo prošli tjedan, kad sam Biljani donio radnu knjižicu. Također sam iznenađen da ste mene izabrali za intervju. Da, prije petnaestak sam godina bio na životnoj prekretnici i morao odlučiti hoću li se samostalno baviti medicinskim aparatima ili ću potražiti jaku kompaniju i u njoj graditi karijeru. Odluka je pala na Alcu, jer mi trgovina nije bila strana. I tako je jedan oglas u Večernjem listu pokrenuo i izmijenio sve. U tih 15 godina radio sam kao Putnik, Voditelj

putne službe, Voditelj ključnih kupaca, a zadnjih pet godina radim kao Voditelj prodaje u odjelu Tehnike. Da bi ostvario zahtjevne planove, moj je pristup bio osjetno drugačiji od pristupa mojih kolega. Tradicionalni način rada nije omogućavao vrhunski rezultat.

Što najviše voliš prodavati?

Mene je sportski duh uvijek tjerao da stignem prvi do cilja. Trgovina je vještina, a dobar trgovac mora znati kako će Eskimu prodati hladnjak, a Beduinu u pustinji pijesak. Nije to nauka, ali vještina jest. Ako nešto ne voliš, nema šanse da ćeš to prodati. U

zadnje vrijeme najviše volim prodavati Russell Hobbs. Uz svu šumu malih kućanskih aparata, pronaći put do kupca sjajan je izazov.

Koju poruku imaš za mlade kolege?

Bilo koji ozbiljan rezultat ima u pozadinu ideju, ali i timski rad. Sve te moje ideje nema šanse da bi se ostvarile da u tome nisam imao podršku svih struktura unutar Alce. Neki put trebalo mi je malo više vremena da sve uvjerim u svoje ideje, ali rezultati su oni koji na kraju najviše govore. Timski rad je iz mog iskustva ključ svega, a tim činimo svi mi: od Unapređivača,

Putnika, pa do Voditelja prodaje. Sjajan je osjećaj kad znaš da će te netko saslušati i ostati duže na poslu, da bi se roba na vrijeme isporučila.

Kako balansiraš poslovni i privatni život? Reci nam nešto o svojim hobijima.

Uz ovaj posao ide i ogromna količina stresa. Da bi ostao u dobroj formi, volim odlaske u planine, na more i naravno Rock'n'Roll. Uz tu ljubav prema planinama i koncertima veže se i ljubav prema fotografiji.



Rock'n'Roll, glazba, koncerti.

Bio sam na preko 40 velikih koncerata u zadnjih 10-ak godina (Rolling Stones, Depeche Mode, U2, Simple Minds, Bruce Springsteen, AC/DC i ostali). Zahvaljujući povoljnim avionskim kartama proputovao sam od Dublina do Berlina. Između velikog sportskog spektakla i rock koncerta – uvijek odaberem Rock'n'Roll – jer sam na kraju koncerta pobjednik, a u sportu to baš nije tako.

Planine, šume, more, priroda. Koja se priča krije iza naslovnice 1. broja Alca Kvarta?

Veliko zadovoljstvo i veselje bila je objava moje fotografije Palagruža na naslovnici prvog broja Alca Kvarta. Palagruža je pučinski otok i doista nešto jedinstveno. Ne znaš što je ljepše na njemu, sam svjetionik, južno palagruško žalo (sjajna plaža) ili mistična sjeverna obala. Do Palagruže nema redovnih brodskih linija, stoga je

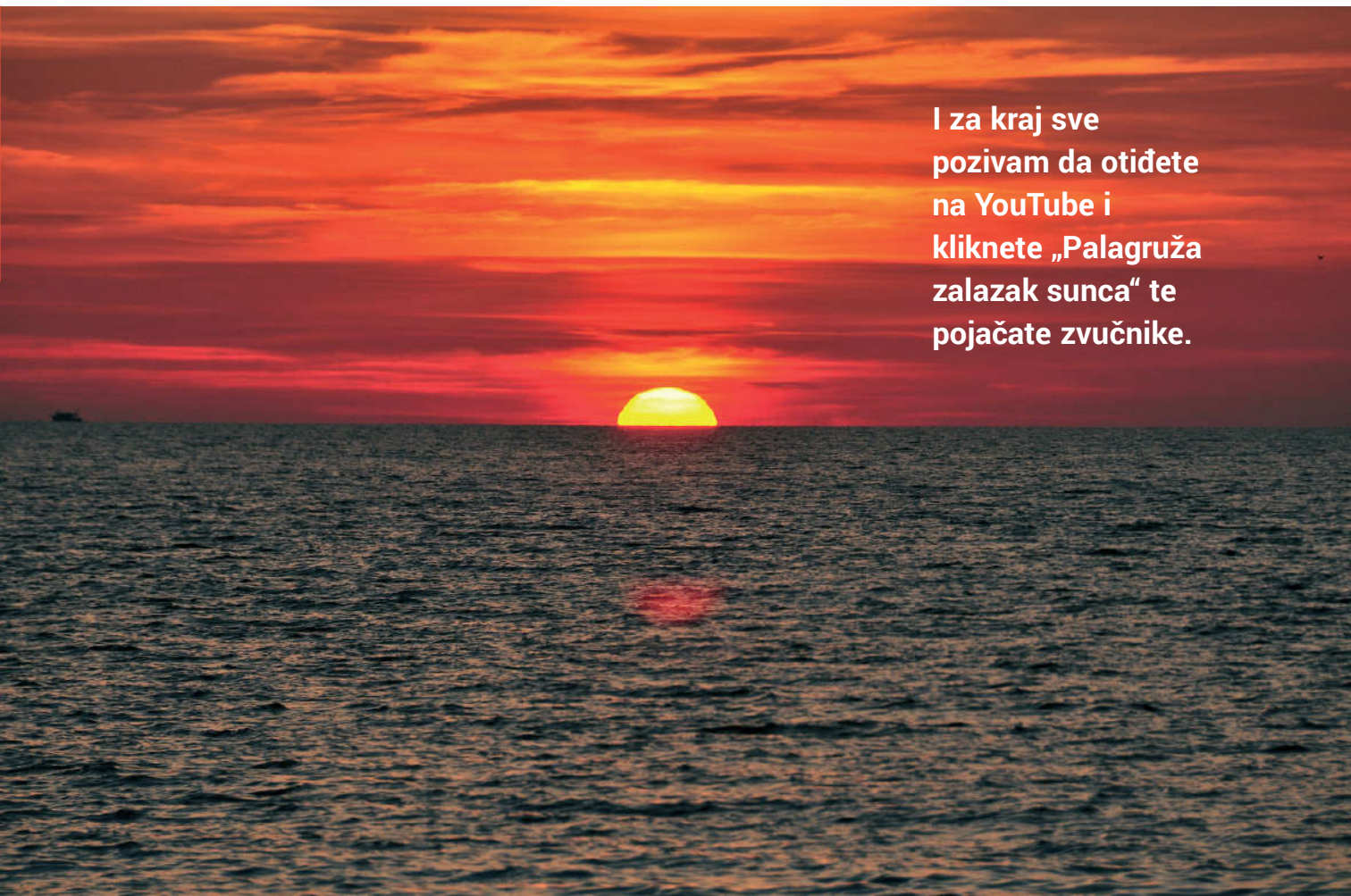


avantura doći do nje, a udaljena je 40 morskih milja od Komiže. Ja sam do nje uspio doći kao sudionik regate Rota Palagruzona u kojoj plove stare ribarske barke.

I za kraj?

Koristim priliku da se svima zahvalim na podršci, kako ekipi na Žitnjaku, tako i našim kolegama na Svetoj Heleni i područnim uredima Kukuruzovac, Pleternica i Rijeka.

**I za kraj sve
pozivam da otidete
na YouTube i
kliknete „Palagruža
zalazak sunca“ te
pojačate zvučnike.**



Over the counter – OTC

Piše: Marina Hibner-Matko

ALCA ZAGREB d.o.o. distribuira lijekove i medicinske proizvode sukladno važećim zakonima, i pravilnicima koji reguliraju promet na veliko lijekovima i medicinskim proizvodima te drugoj primjenjivoj zakonskoj regulativi. U prometu lijekova na veliko primjenjuju se Načela i smjernice dobre prakse u prometu na veliko lijekovima (Guidelines on Good Distribution Practice of Medicinal Products for Human Use, (2013/C 68/01)).

Promet lijekovima specifičan je i strogo kontroliran.

Jedan od ključnih zahtjeva je imenovanje odgovorne osobe, pa je Uprava Alce Zagreb d.o.o., poštujući sve tražene kriterije, imenovala:

Marinu Hibner-Matko, mag pharm na mjesto odgovorne osobe za sustav kvalitete i promet lijekova i medicinskih proizvoda na veliko, koja danas odgovara na pitanja vezana za ovu djelatnost.



Koje preduvjete mora zadovoljiti tvrtka da bi dobila dozvolu za promet na veliko lijekovima i medicinskim proizvodima?

Nakon poslovne odluke o preuzimanju distribucije lijekova i medicinskih proizvoda, tvrtka mora ispuniti i sve zadane kriterije opisane u Pravilniku o dobroj praksi u prometu na veliko lijekovima, davanju dozvola za posredovanje lijekovima i davanje potvrde o dobroj praksi u prometu lijekovima na veliko.

Uz osiguravanje pravilnog i monitoriranog prijevoza i skladištenja lijekova i medicinskih proizvoda, tvrtka mora izraditi i sprovesti sustav kvalitete, koji je u skladu s dobrom distribucijskom praksom. Osim toga neophodno je zaposliti odgovornu osobu koja će po svojoj osnovnoj dužnosti pratiti sve procese vezane za promet lijekovima i medicinskim proizvodima.

Tek nakon ispunjavanja svih zadanih kriterija, tvrtka može dobiti dozvolu

za promet lijekovima i medicinskim proizvodima.

Tvrtka ALCA ZAGREB d.o.o. posluje u skladu s zakonima i pravilnicima Republike Hrvatske te posjeduje potrebne dozvole.

Koje su dužnosti i obveze odgovorne osobe za sustav kvalitete i promet lijekovima? U Pravilniku o dobroj praksi u prometu na veliko lijekovima specificirane su sve obveze:

- Voditi aktivnosti za koje veleprodaja ima dozvolu te osigurati točno i kvalitetno vođenje zapisa
- Osigurati da se izrađuju i provode programi početne i kontinuirane edukacije za osoblje uključeno u poslove obuhvaćene prometom proizvoda i ispitivanih proizvoda te krivotvorinama
- Koordinirati i provoditi hitne radnje prilikom obustave stavljanja proizvoda u promet i povlačenja proizvoda iz prometa

- Osigurati učinkovito rješavanje reklamacija kupaca
- Osigurati provođenje procijene i odobravanja dobavljača i kupaca – odobravati ugovore između davatelja i primatelja ugovora, koji određuju njihove obveze u odnosu na promet i/ili prijevoz proizvoda
- Osigurati da se samo inspekcije obavljaju u odgovarajućim redovitim razdobljima, prema unaprijed donesenom pisanom planu i da postoje predviđene potrebne popravne radnje
- Voditi odgovarajuće zapise o svim delegiranim dužnostima
- Donositi odluku o stavljanju u karantenu ili postupanju s vraćenim, odbijenim, povučenim ili krivotvorenim proizvodima
- Odobravati povrat vraćenih proizvoda u zalihe pogodne za prodaju

Odgovorna osoba za sustav kvalitete i promet lijekovima odgovorna je za razvoj, primjenu, održavanje i kontinuirano unapređivanje djelotvornosti sustava upravljanja kvalitetom, mora osobno ispunjavati svoje dužnosti i odgovornosti te mora **stalno** biti dostupna.

Kome odgovara odgovorna osoba?

Sukladno dodijeljenim odgovornostima i ovlastima, odgovorna osoba izvještava Upravu Alce Zagreb d.o.o., o svim aspektima vezanim za područje njihove odgovornosti te nadležna tijela u skladu sa zakonskom regulativom.

Može li se primijeniti ATOM – sustav upravljanja, u praksi u prometu lijekovima?

Naravno! Promet lijekovima, iako mali segment poslovanja Alce Zagreb d.o.o., integriran je u sve strukture. Osim globalnih ciljeva i povećanja produktivnosti navedenih u Modu-

lima 1 i 2 osobito treba usmjeriti pozornost na dva vrlo važna modula.

Modul 4

Upravljanje kvalitetom je prioritetni zadatak odgovorne osobe i predmet inspekcijskog nadzora Ministarstva zdravlja. Poštivanjem svih smjernica dobre distribucijske prakse radimo na siguran i pravilan način. Također, izbjegavamo rizik od neispravnosti lijeka, a time osiguravamo, u konačnici, sigurnost pacijenata. Osiguravajući primjenu Standardne operativne procedure radimo brzo, precizno i uz najmanji mogući rizik od pogreške i nepotrebnog troška.

Modul 9

Stalno učenje je dio svakodnevnice u dobroj distribucijskoj praksi lijekova. Svaka promjena koja se primjenjuje u kontroli kvalitete mora se u što kraćem roku prenijeti svim zaposlenicima koji su u lancu prometa lijekovima. Do izmjena sustava kvalitete može doći

uslijed promjene interne procedure, uslijed promjene zakonske regulative ili nekog drugog uzroka.

Edukacije svih zaposlenika koji su u distributivnom lancu nabave, skladištenja, transporta i prodaje lijekova i medicinskih proizvoda osigurava i izvršava odgovorna osoba, prema unaprijed definiranom planu edukacija.

Kako se osjećate u Alci Zagreb d.o.o.?

S ponosom ističem da sam 13 mjeseci djelatnik Alce Zagreb d.o.o. Nije mi bilo teško uklopiti se u radno okruženje. Svi standardi koje smo po zakonu trebali sprovesti bili su odrađeni uz pomoć kolegica i kolega. Lijepo je raditi u pozitivnom ozračju usmjerenom na rješavanje zadataka i progresu.

Kroz programe edukacija uskoro ću imati prilike upoznati sve djelatnike Alce Zagreb d.o.o. koji su u sustavu prometa lijekovima. Izuzetno se veselim tim susretima.

Tvrtka mora ispuniti i sve zadane kriterije opisane u Pravilniku o dobroj praksi u prometu na veliko lijekovima





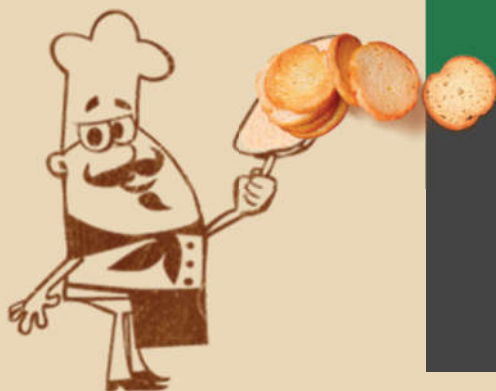
Piše: Nataša Karlaš

Tvrtna Ital Food Industry osnovana je 2005. godine. Od osnutka pa do danas tvrtka je doživjela brzi rast što ju čini liderom među proizvođačima grickalica u Europi. Svi brandovi tvrtke Ital Food doživjeli su veliki uspjeh od trenutka izlaska na tržište, a samim time tvrtka je brzo izgradila reputaciju proizvođača kvalitetnih grickalica po konkurentnim cijenama. Ital Food Industry AD je postigao međunarodni uspjeh kroz stvaranje jedinstvene robne marke s globalnim potencijalom zahvaljujući njezinom inovativnom i hrabrom pristupu razvoju proizvoda, kao i dinamičnim marketinškim komunikacijama koje se prilagođavaju lokalnim preferencijama potrošača. Portfelj brandova tvrtke u kategoriji slanih grickalica čine: Bruschette Maretti, Grissini Maretti, Kubeti Kubz i Kubeti Stix.

Bruschette Maretti

Bruschette Maretti brand karakterizira vrhunska kvaliteta i okus. Mali, pečeni i pažljivo začinjani kruščići oduševili su kupce diljem svijeta. Predstavljaju zdraviju alternativu snack grickalica, zato što su pečeni u peći, a ne prženi i nemaju umjetnih konzervansa i boja. Pogodni su za vegetarijance i vegane. Inspiraciju stvaranja Maretti branda potaknuo je svjetski poznati talijanski specijalitet „bruschette“. Bruschette Maretti su savršeni zalogaj savršen za trenutke kada ste u žurbi, na poslu, na putu, u školi, a želite sebi priuštiti grickalicu koja predstavlja savršen spoj poznatih talijanskih okusa.

Bruschette



Kubeti Kubz

Za razliku od Maretti branda, Kubeti Kubz proizvodi predstavljaju savršenstvo okusa u obliku kockice. Zbog svog oblika, namijenjeni su mladim, dinamičnim ljudima koji znaju što žele. Dizajnom i okusom idealni su odabir za međuobrok i zabave.

Kubeti Stix

Kubeti Stix hrskavi snack od krumpira okusa sira, kečapa i roštilja prava je snack zabava bilo da ste sami ili u društvu prijatelja. Oblika prženog krumpirića jednostavan je za konzumiranje. Jednostavnost dizajna omogućava njihovu konzumaciju u bilo kojem trenutku.

Grissini Maretti

Novo remek djelo iz pekare Maretti. Napravljeni su po receptu Fabrizio Nistri kuhara iz druge generacije Maestra pekarskih umjetnosti. Grissini Maretti su ukusni zalogaji inspirirani pravom talijanskom kuhinjom izrađeni od prirodnih sastojaka i pakirani kao grickalica. U portfelju su najpopularniji talijanski okusi: rajčica, maslina origano, prženi luk i ljuti (chilli i češnjak).



RECEPT

Potrebno je:

- krem sir
- cherry rajčice
- crne masline
- bruschette Maretti
- Mixed cheese
- rikola

Priprema:

Na gornju stranu bruschette namazati krem sir. Rajčice prepoloviti na pola ili rasjeci na trokut, a zatim staviti preko krem sira. Staviti polovicu crne masline. Kao dekoraciju možete koristiti rikola salatu.

HELL[®]

ENERGY DRINK



Hell Energy Hungary obiteljska je tvrtka osnovana 2006. godine u Mađarskoj. U samo tri godine postaje tržišni lider u kategoriji energetske pića.

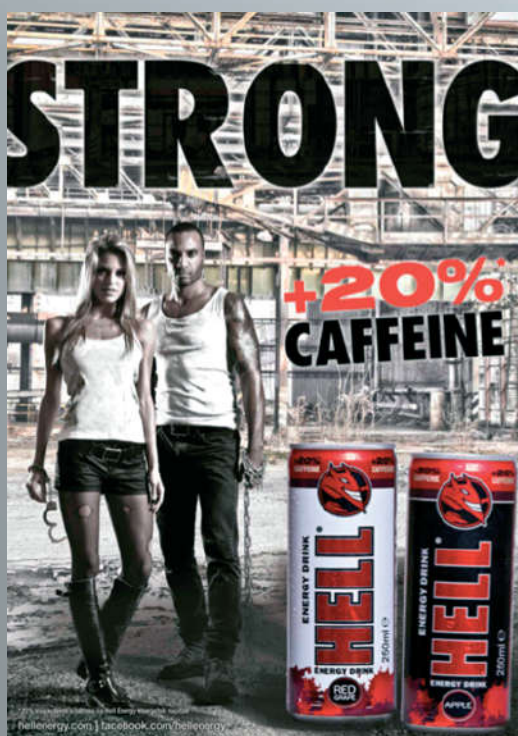
Osim u Mađarskoj, Hell Energy je tržišni lider u Rumunjskoj, Bugarskoj, na Cipru a ubrzano raste na više tržišta te predstavlja jedan od najbrže rastućih FMCG brendova na svijetu.

Hell Energy dostupan je u više od trideset zemalja svijeta.

Važan dio naše poslovne strategije je vrhunska marketinška podrška. Proizvode činimo dostupnima kroz široki izbor hladnjaka i ostale opreme za hlađenje i prezentaciju proizvoda u trgovačkim i ugostiteljskim objektima.

U Hell Energy poduzimamo sve mjere kako bismo osigurali najvišu kvalitetu svojih proizvoda, uz prihvatljivu cijenu za naše potrošače.

Izvor teksta: www.hellenergy.com





„... is not just another cosmetics brand. We're not here to sell beauty. We're here to make you feel special...“

Raymond Cloosterman
founder of Rituals Cosmetics



RITUALS je svjetski priznat luksuzni brand prirodne kozmetike, nastao 2000. godine u Parizu, iz ideje Raymonda Cloostermana da svakodnevne rituale koje činimo, pretvorimo u trenutke uživanja. Strast za razvojem artikala za dom i tijelo traje i danas, strast za ugađanjem kraljevskom u svima nama raste, te zato RITUALS konstantno širi ponudu, i kroz broj artikala koje nudi i kroz funkcionalnost istih, koja već izlazi iz privatnosti naših domova u radne prostore.

RITUALS linije vuku korjene iz istočnjačke filozofije. Svaka linija ima svoje posebnosti: od pažljivo biranih i kombiniranih sastojaka do dobrobiti koju nosi. Tako možemo uživati u privatnosti Hammama, u uravnoteženju Yin Yang kroz Tao liniju ili pak uroniti u Ayurveda filozofiju.

Tajna uspjeha **RITUALS**a je i u kreatorima parfema koji su stvorili neke od najfinijih parfema na svijetu. Umjetnost i dar sljublivanja mirisa najboljih sastojaka koji su nam na raspolaganju,

utisnuli su jedinstven, a opet prepoznatljiv pečat svakom **RITUALS** proizvodu.

RITUALS poštiva prirodu i pokušava ju kopirati u stvaranju proizvoda koji prenose svijest o vrijednosti i nepo-novljivosti prirode, na koju nemamo pravo. Koriste se samo prirodni, obnovljivi i organski sastojci uz najsigurnije alternativne sastojke koje priroda nije osigurala, a potrebni su za proizvodnju.

U **RITUALS**u ne navode slijedeće činjenice, jer se podrazumijevaju:

- nema testiranja na životinjama
- proizvodi su kontrolirani od strane dermatologa
- sve su linije i za vegetarijance
- ambalaža je iz obnovljivih izvora
- većina proizvodnje u EU kako bi se smanjio udio štetnih plinova koje generira proizvodnja

ALCA Zagreb uspješno surađuje s Ritualsom već duži niz godina i distribuira Rituals B2B program u regiji, a u

ALCinoj maloprodaji, u ponudi se nalazi osnovni home&body program. U ponudi su mirisni štapići i svijeće za dom i radni prostor, parfemi za dom i automobile, proizvodi za kompletnu njegu tijela i kose u svim linijama Ritualsa: Hammam happiness, Happy Budha, Sakura, Ayurveda...

Užitak je sve što činimo za sebe, važni smo mi sami, kao i vrijeme koje trošimo, stoga je ljepota ambijenta imperativ, a ne luksuz.



Alca Zagreb u promicanju zapošljavanja mladih



Izvor: www.nestle.hr

Tvrtka Nestlé Adriatic s partnerima organizirala je panel „Nezaposlenost mladih u Hrvatskoj“

Zagreb, 2. lipnja 2015. – U povodu obilježavanja prve godišnjice projekta „Savez za mlade“, u Zagrebu je u organizaciji tvrtke Nestlé Adriatic održan panel na temu „Nezaposlenost mladih u Hrvatskoj“. Na panelu su, uz predstavnike tvrtke Nestlé Adriatic, sudjelovali i predstavnici **Ministarstva rada i mirovinskog sustava, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Hrvatske udruge poslodavaca** te tvrtke **Alca Zagreb i Ernst&Young**, partnera u projektu „Savez za mlade“. Cilj panela bio je ukazati na jedan od vodećih društvenih i gospodarskih problema u Hrvatskoj, a to je visoka nezaposlenost osoba mladih od 30 godina.

Vodeći uzroci visoke nezaposlenosti mladih osoba u Hrvatskoj su njihov kasni ulazak na tržište rada, statičnost obrazovnog sustava te nepostojanje dualnog sustava obrazovanja, istaknuto je na panelu.

Kao dobra praksa rada s mladim osobama istaknut je „Savez za mlade“ („Alliance for YOUth“) kojim se tvrtka Nestlé sa svojih 200-tinjak partnera u Europi obvezala u narednih nekoliko godina otvoriti više od 100.000 prilika za zapošljavanje ili stručnu praksu mladim nezaposlenim osobama. Cilj je projekta, kroz razne inicijative te organizirani sustav mentorstva i radionica, pripremiti čim veći broj

mladih za buduće zaposlenje. „Savez za mlade“ dio je Nestlé inicijative zapošljavanja mladih pokrenute 2013. godine.

„U samo godinu dana od pokretanja Saveza za mlade možemo se pohvaliti odličnim rezultatima. Zahvaljujući našim partnerima i njihovom angažmanu na ovom projektu, stvoreno je preko 50.000 radnih mjesta ili prilika za praksu mladima u Europi, a pokrenuto je i oko 5.400 pojedinačnih ili skupnih inicijativa pod nazivom Spremnost za rad. Sve ovo radimo s ciljem da članovima najnaprednije generacije u povijesti, tzv. milenijcima, pomognemo kako ne bi postali izgubljena generacija“, izjavila je **Yana Mikhaилоva**, regionalna direktorica tvrtke Nestlé Adriatic.

David Gaal, voditelj odjela ljudskih potencijala za regiju Nestlé Adriatic je naglasio da uspjeh globalnih rezultata prate i rezultati u regiji Adriatic, gdje je u samo godinu dana zaposleno 52 mladih, dok je njih više od 130 prošlo kroz programe pripravnosti i pripreme za posao. Glavni prioriteti za ovu godinu su uključiti čim više partnera u „Savez za mlade“ te pripre-



Razvoj dualnog sustava obrazovanja i važnost mentorstva istaknuti su kao nužni za lakši ulazak mladih na tržište rada

miti čim veći broj mladih za buduće zaposlenje.

Prema rezultatima najnovijeg istraživanja koje je provela tvrtka Nielsen, čak 66 % od 635 ispitanih djelatnika iz odjela ljudskih resursa iz 70 kompanija uključenih u „Savez za mlade“ smatra da praksa i pripravnički staž, koji su glavna obilježja modela dualnog obrazovanja, vode prema zaposlenju. Dualno obrazovanje pomaže mladim ljudima da steknu iskustvo i samopouzdanje prije ulaska na tržište rada, a pomaže i u zadovoljavanju potreba kompanija. Usvajanje ovakvog modela obrazovanja od iznimne je važnosti jer se društvo mijenja puno brže nego što to tradicionalni školski programi mogu usvojiti. Zato zakonodavac ima ključnu ulogu u poticanju bolje suradnje između poslovnog sektora i obrazovnih ustanova.

„Medvjedi“ u kampanji „Da nijedno dijete u hrvatskim školama ne bude gladno“



Zagrebački Medvjedi u suradnji s humanitarnom udrugom

Portal dobrote

od kraja prošle kalendarske godine aktivno sudjeluju u nacionalnoj humanitarnoj akciji „**DA NIJEDNO DIJETE U HRVATSKOJ NE BUDE GLADNO**“.

Izvor: www.medvescak.com



Nakon što je **KHL Medveščak Zagreb** tijekom prosinca 2014. slaveći svoju 100. utakmicu u KHL-u i svoj 100. gol u drugoj klupskoj sezoni KHL prvenstva osigurao 500 školskih obroka za djecu čiji roditelji nisu u mogućnosti financirati školske obroke zbog lošijeg imovinskog stanja, a koja nisu u programu socijalne skrbi budući da im roditelji mjesecima ne primaju plaću ili su pod ovrhama ili imaju iznimno niska primanja, nisu željeli stati na tome te su pozvali svoje prijatelje da im se pridruže u ovoj kampanji.

Među prvim koja se odazvala bila je poznata hrvatska modna dizajnerica **Aleksandra Dojčinović** i njezin **Lei Lou** tim koji su na zanimljiv način spojili Medvjede i modu. Naime, dizajnerica je posebno za ovu akciju

dizajnirala 30 ekskluzivnih kreacija i u njih odjenula 30 plišanih „Medvjedica“, a cijeli događaj je popraćen i zanimljivom foto kampanjom u kojoj su glavnu ulogu imali igrači Medveščaka.

U svega devet dana, od „Dana zaljubljenih“ kada je započela akcija do posljednje odigrane ovosezonske KHL utakmice u Zagrebu, prodajom plišanih „Medvjedica“ u kreacijama modne dizajnerice Aleksandre Dojčinović i kalendara s fotografijama hokejaša Medveščaka prikupljeno je 57.000,00 kuna čime su zagrebački Medvjedi osigurali 30 godišnjih i 200 tjednih obroka za djecu u hrvatskim školama. Ovime se brojka školskih obroka koje je KHL Medveščak osigurao u suradnji sa svojim partnerima i navijačima, popela na 730! Većina obroka iz te





akcije donirano je Osnovnoj školi Lovas koju je u sklopu posjete Slavoniji nakon završetka sezone posjetila cijela momčad Medveščaka podruživši se s učenicima za koje su, u suradnji s navijačima i partnerima, prikupili školske obroke.

Akcija se nastavila i u ožujku. Povodom 13. ožujka, "Dana crvenih nosova", kada se svijet protiv siromaštva, nasilja, zlostavljanja djece, HIV-a i svih ostalih globalnih problema bori jedinstvenim oružjem – zabavom i smijehom ili bolje rečeno "crvenim nosom", Medvjedi su "dignuli" na noge cijelu Hrvatsku i naveli je da se fotografira s "crvenim nosom" te na taj način pomogne da djeca u hrvatskim školama ne budu gladna. Za svaku fotografiju objavljenu na društvenim mrežama iz svoje zaklade donirali su 4,50 kn humanitarnog udruzi Portal

Dobrote za dječje obroke u hrvatskim školama, a rezultat je bio 502 fotografije i 502 osigurana obroka za školarce. Iako je akcija trajala 24 sata, strelovito je postala pravi hit na društvenim mrežama i svojom je snagom "usisala" ne samo navijače, nego i ostale hrvatske sportske klubove i sportaše te osobe iz javnog života.



Poslovni imidž

Izvor: www.moj-posao.net

Što je (sve) imidž

Sam izraz imidž podrazumijeva emocionalnu sliku tj. predodžbu o nekoj osobi, proizvodu, tvrtki, zemlji i naciji. To je zbir uvjerenja, ideja i impresija koje drugi imaju u odnosu na njih. Stavovi i akcije tih subjekata u odnosu na osobu, proizvod/uslugu, tvrtku - velikim dijelom su uvjetovani upravo imidžom.

Imidž = komunikacija

Osobni imidž je komunikacija i to ona dominantna – neverbalna. Neverbalnu komunikaciju čine: govor tijela, stav, geste, glasovne ekspresije i izrazi lica. Dakle sve ono što predstavlja imidž osobe. Zbog toga je za napredak u karijeri presudno osvijestiti značaj imidža i usavršiti vještine upravljanja njime kao dijelom upravljanja samim sobom. Upravljanje imidžom se sastoji od nekoliko koraka.

Prvi je upravo osvijestiti značaj osobnog imidža kao poslovnog imidža. Tim korakom ćemo se pozabaviti u ovom napisu. Američka varijanta izreke "Odičelo (ne) čini čovjeka" tvrdi da: "Imidž stvara ili razara". To najbolje potvrđuje primjer prvog dojma kojim se stječe naklonost ili odbojnost. Koliko je to točno i kritično važno u poslovnim kontaktima najbolje znaju oni koji su zbog posla neprilagođenog imidža izgubili važne poslovne prilike. Kod prvog dojma je izuzetno važna upravo vizualna komponenta. Svojom pojavnošću i nastupom predstavljamo i sebe, ali i proizvode/usluge, tvrtku, djelatnost, a u međunarodnim kontaktima i zemlju, naciju. Imidž je tzv. komunikacija prije komunikacije, tj. samog verbalnog nastupa.



Mi smo poruka

Poslovni imidž je naš osobni marketing koji nam pomaže ili odmaže u razvoju karijere. Stoga je ulaganje u osobni imidž izravna investicija u vlastitu karijeru.

Naša slika u očima drugih ujedno je poruka koju im šaljemo na temelju koje stvaraju predodžbu o nama. Jer - mi (je)smo poruka.

Upravljanje imidžom

Poslovni osobni i s tim povezani korporativni imidž nije nešto što nam je zadano, već ih možemo unaprijediti i oblikovati, dakle njima možemo i moramo aktivno upravljati.

Vrijedno je, dakle, uložiti napor da izgledamo što je moguće bolje i u skladu s poslom koji obavljamo jer svojim vizualnim dojmom predstavljamo ne samo sebe već i posao, tvrtku. Stoga kod promišljanja vizualnog identiteta treba naglasiti osobnost i iskazati svoj stil te i osobnim izgledom pridonijeti uspjehu posla i tvrtke. Tu je još i usavršavanje i trening društvenih disciplina poput govorničtva i svijesti o odgovarajućoj neverbalnoj komunikaciji.

Elementi osobnog imidža

Posvetite pozornost:

- odijevanju i vanjštini - općoj urednosti i njegovanosti; (pre) poznajte svoj osobni stil i uskladite ga s vrstom posla
- govoru tijela - mimika, gestikulacija, kontakt očima, osmijeh, tjelesni stav pri stajanju, hodaњу, sjedenju, držanje i usmjerenost tijela prema (ili od) sugovornika
- dodirivanju - tapšanje, rukovanje i društveni poljubac (oprez zbog razlika između pojedinaca i kultura)
- vremenskom ponašanju - odnos prema svojem i tuđem vremenu, osjećaj za vrijeme
- prostornom ponašanju pri stajanju i sjedenju, tj. korištenju svojeg, tuđeg i zajedničkog prostora
- govornom ponašanju - izbor riječi, brzina, ritam, jačina, artikulacija, melodija, jasnoća govora, aktivno slušanje

Upravljanje učinkovitošću

Piše: **Davorka Orač**

Od strane Odjela ljudskih potencijala pokrenuta je nova inicijativa, radi se o uspostavi sustava Praćenja i ocjenjivanja radnog učinka i uspješnosti (eng. "Performance management").

Praćenje radnog učinka i uspješnosti odnosi se na sve menadžerske aktivnosti i metode koje omogućuju postizanje strateških ciljeva organizacije kroz kontinuirani proces praćenja i usmjeravanja kompetencija zaposle-

nika te vrednovanja njihovih rezultata rada, kako bi se kroz uspješnost pojedinaca osigurala i uspješnost organizacije.

Drugim riječima, temeljni cilj praćenja radne uspješnosti je podizanje opće razine kompetencija zaposlenika za ostvarivanje strateških ciljeva. Uz to, postoji niz specifičnih ciljeva usko vezanih upravo za područje upravljanja ljudskim potencijalima, a to su:

- poboljšanje motivacije i radne uspješnosti pojedinca
- razvoj individualne karijere i planiranje napredovanja
- osiguravanje poticajnog sustava nagrađivanja
- prepoznavanje i razvoj potencijala, kako na individualnoj, tako i na cjelokupnoj, organizacijskog razini
- utvrđivanje potreba i planova obrazovanja i usavršavanja
- profesionalno usmjeravanje i raspoređivanje ljudi na radna mjesta koja bolje odgovaraju njihovim mogućnostima i preferencijama



ŠTO SU TO KOMPETENCIJE?

Kompetencije predstavljaju naša znanja, vještine i stavove koje kreiraju naše ponašanje na radnom mjestu. Postoje tri aspekta kompetencija koje uzimamo u obzir:

- ☒ **kognitivni** (znanje)
- ☒ **funkcionalni** (vještine)
- ☒ **socijalni** (ponašanje/stav)

Osnovno svojstvo kompetencija je primjena znanja, vještina i stavova prema poslu u realnom radnom okruženju, a procjenjuje se na osnovi standarda zanimanja ili standarda učinka što predstavlja osnovu za proces ocjenjivanja kompetencija i stjecanje tzv. kvalifikacija zasnovanih na radnom iskustvu.

„Znanja, vještine i stavovi omogućavaju zaposlenima da demonstriraju određenu vrstu ponašanja koje rezultira pozitivnim ishodom rada odnosno učinkom.“

(Whiddett i Hollyforde, 2010.)



motivacija svih zaposlenih koji rade na poslovnom projektu. Sredinom godine dolazi do uvida u trenutno stanje, jesu li blizu rokovi koji se moraju poštivati, napredak te razvoj svakog zaposlenika.

Na kraju godine dolazi do evaluacije zaposlenika. Faza evaluacije predstavlja uspjeh ili neuspjeh predviđenih ciljeva u odnosu na ostvarene rezultate u okviru vremenskih rokova. Posljednja etapa prije novih planiranja ciljeva jest etapa priznanja i razvoja. Uz priznanja potrebno je pratiti razvoj svakog zaposlenika, poboljšanja njegovih performansi, novo stečeno znanje i iskustvo. Održavanjem redovnih razgovora sa zaposlenicima rukovoditelji pokazuju brigu prema zaposlenicima i njihovom razvoju budući da imaju razumijevanja za njihove probleme i ambicije.

Upravljanje učinkom je zajednički dogovor između rukovoditelja i zaposlenika te je za uspjeh neophodno njihovo međusobno zajedništvo i razumijevanje. Između navedene dvije strane potrebno je sklopiti dogovor, u kojem su definirani ciljevi, vremenski rokovi za izvršenje zadatka, ključne točke, te datumi evaluacije. Samim time, zaposlenik dobiva osjećaj važnosti i usmjerenje kako bi se trebala razvijati njegova karijera. Iz svega nabrojanog dogovor bi se trebao temeljiti na sporazumu postavljenih ciljeva i kompetencija, zahtjeva i poboljšanja osobnog plana razvoja karijere zaposlenika.

Na prvom mjestu se postavljaju ciljevi (primjerice na početku poslovne godine). Razmak između pojedinih dijelova je proporcionalan vremenskom periodu do sljedećeg dijela. Između većih cjelina obavezna su konstantna nadgledanja, razvoj i

Kompetencije predstavljaju naša znanja, vještine i stavove koji kreiraju naše ponašanje na radnom mjestu.



Sigurnost i sigurnosna politika Alce u IT-u

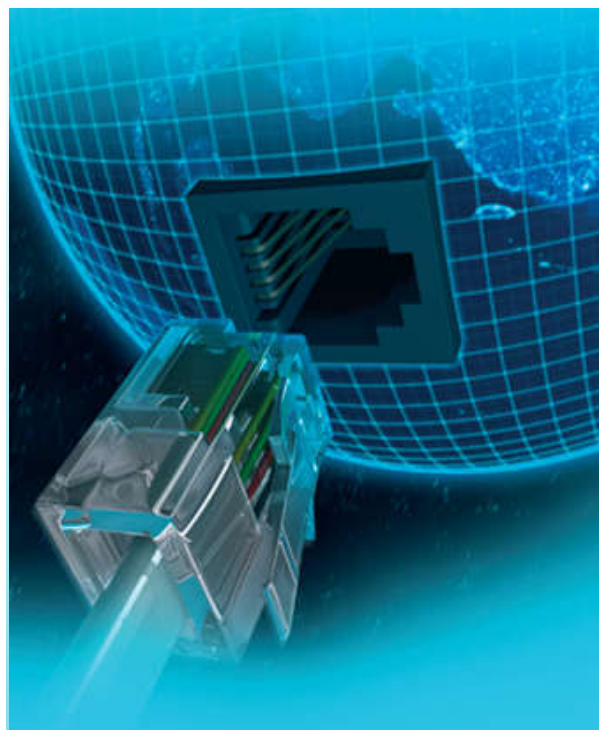
Piše: **Goran Crnković**

Nakon Vaših brojnih upita oko virusa, antivirusnih zaštita, sigurnosti podataka i računala, Vaš IT-evac pruža savjete za buduće korištenje računala i Interneta.

Sigurnost računala i informatičkih sustava nije jednostavna zadaća i zahtjeva puno uloženog vremena i edukacije, što IT stručnjaka, što korisnika.

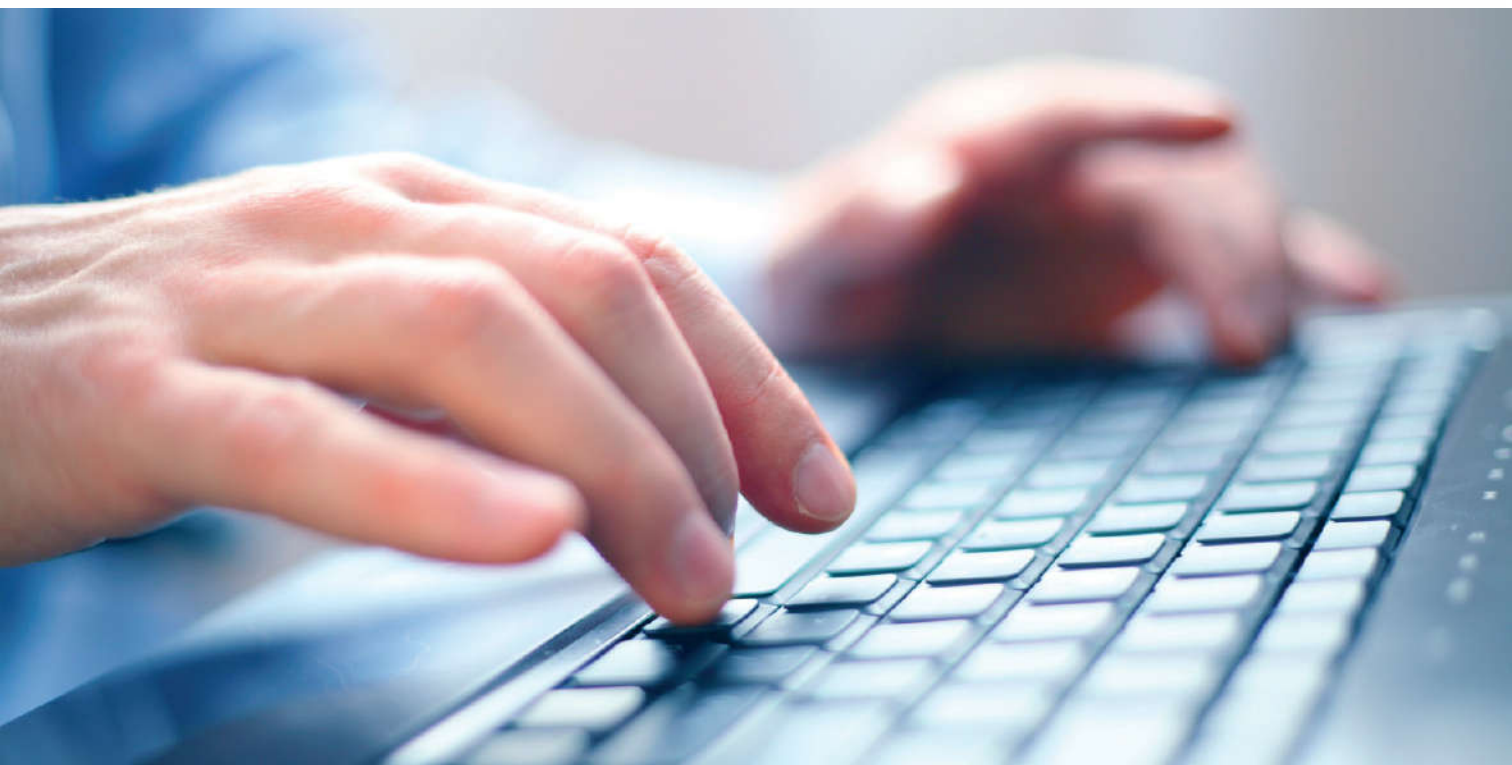
Unutar poslovnog okruženja, sigurnost sustava je proces koji uvijek traje, bez obzira koliko mislimo da nam je sustav siguran. Informatička služba se konstantno bavi unaprjeđenjem sigurnosti sustava i pojedinih korisnika, a najefikasnija zaštita započinje od samog korisnika. Svaka tvrtka trebala bi imati propisanu sigurnosnu politiku informacijskog sustava.

Sigurnosna politika mora biti predstavljena djelatnicima kroz radionice, kodekse poslovnog ponašanja ili druge kanale komunikacije.



Jeste li znali?

1. Ako imate više instaliranih antivirusnih programa manje ste sigurni. Jedan aktivan i ažuriran antivirusni program je dovoljan.
2. Ukoliko ostavljate računalo upaljeno i „ulogirano“ dok niste na poslu, riskirate sigurnosni propust.
3. Ako Vam se na Internetu nudi antivirusni program kao besplatni skener, nemojte ga instalirati.
4. Otvaranje privitaka od nepoznatih korisnika je iznimno opasno, iako se u privitku nalazi slika (jpg, gif, png...) ili PDF dokument. Obavezno kontaktirati IT službu kako bi utvrdili o čemu je riječ.
5. Besplatne Wi-Fi mreže u kafićima, hotelima ili na aerodromima nisu nužno sigurne mreže. Velika je mogućnost da će netko zloupotrijebiti vašu lozinku ili računalo.



Unutar Alce postoje neka pravila kojih se svi moramo pridržavati, a to su:

- zabranjeno je bez odobrenja koristiti sustav elektroničke komunikacije za prijenos podataka
- instalacije računala i dodatnih aplikacija izvode se isključivo od strane IT odjela
- zabranjeno je distribuiranje ilegalnih programa između djelatnika kroz bilo kakvu komunikaciju (razmjenu CD-a, DVD-a, USB-om i ostalim elektroničkim prijenosima)
- Internet je dozvoljeno koristiti isključivo u poslovne svrhe
- zabranjeno je bilo kakvo kopiranje poslovnih podataka i iznošenje istih izvan tvrtke bez prethodnog odobrenja rukovoditelja ili Uprave
- društvene mreže su zabranjene kao i privatno dopisivanje putem elektroničke pošte
- ukoliko se pojavi bilo kakva greška ili sumnja na prijetnju od virusa obavezno se mora prijaviti IT službi u što kraćem roku.

Zaposlenici snose punu odgovornost za nepridržavanje navedenih pravila koji su propisana „Kodeksom poslovnog ponašanja“, Ugovorom o radu i ostalim propisanim pravilnicima Alce Zagreb.

Navedena pravila dio su svjetske prakse i jedini način za održavanje sigurnosti unutar tvrtki i korisnika. Važno je naglasiti da su među najugroženijim sustavima upravo sustavi elektroničkog plaćanja. Preporuka je da se nakon svakog korištenja Internet bankarstva izvadi kartica iz čitača i zatvori Internet preglednik.

Nažalost, ne postoji univerzalno rješenje za zaštitu od virusa, zloćudnih aplikacija, crva i ostalih napasti s Interneta. Zato uvijek moramo voditi računa o ažuriranosti antivirusnih programa i paziti da ne „klikamo“ na Internetu na nepoznate linkove ili tzv. „kolo sreće (vi ste milijunti korisnik...)“.



IZBOR VICEVA:

Da bi jedna obitelj bila sretna, mora postojati ljubav, razumijevanje i najmanje dva kompjutera!

Dođe informatičar u mesnicu i kaže:

- *Dajte mi 100 grama salame.*
- *Da vam narežem?*
- *Ma jok, prebaci mi na USB!*

Šta radi programer kad mu je vruće?

- desni klik i refresh

Održivi razvoj i društveno odgovorno poslovanje

Piše: Koviljka Aškić

Svakodnevno se susrećemo s pojmom „održivi razvoj“ i svi smo, manje više svjesni, da se nešto sustavno treba promijeniti kako bismo umanjili posljedice ljudskog djelovanja na okoliš i svekoliki živi svijet na Zemlji.



Sam pojam „održivog razvoja“ definirao se 1987. godine u Izvješčaju Svjetske komisije za okoliš i razvoj kao koncept koji podrazumijeva proces prema postizanju ravnoteže između gospodarskih, socijalnih i ekoloških zahtjeva kako bi se osiguralo „**zadovoljavanje potreba sadašnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe**“.

Društveno odgovorno poslovanje prihvale su vodeće svjetske kompanije jer su u postizanju zadanih ciljeva zaštite okoliša uvidjele svoju priliku u boljem pozicioniranju na tržištu kroz povećanje konkurentnosti, ali i kroz izravne uštede u samom poslovanju. Svaka promjena u društvu započinje promjenom u svijesti pojedinaca i danas je već uobičajena praksa da kupci proizvoda i usluga veliku pozornost obraćaju na kompanije koje proizvode ili stavljaju na tržište proizvode i usluge sa oznakom „Priatelj okoliša“ i drugim sličnim oznakama koje govore o održivom i društveno odgovornom poslovanju tvrtke.

Sustav dodjele znaka „Priatelj okoliša“ dodjeljuje Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, a uspostavljen je 1999. godine. Tvrtke koje imaju takve ili slične znakove time žele pokazati da se odgovorno odnose prema okolišu, utrošku sirovina i energije, kao i da pravilno postupaju s otpadom.

Uprave društva koje se opredjeljuju za društveno odgovorno poslovanje trebaju postavljati ciljeve u smislu cjelovitog upravljanja zaštitom okoliša, što u sebi uključuje:

- zelenu nabavu
- smanjenje troškova za vodu i energente u svim segmentima svoga poslovanja (transport, grijanje, hlađenje)
- kontinuirano educiranje svih zaposlenika o održivom razvoju i gospodarenju otpadom
- educiranje korisnika o svojstvima proizvoda, pravilnoj uporabi kao i zbrinjavanju ambalaže istih.

Uvođenjem ISO standarda 9001 i 14001 ne završava briga o upravljanju okolišem. ISO standardi u pravilu

opisuju postojeće procedure i usklađuju ih sa zakonskom regulativom. Briga o okolišu, društveno odgovorno i zeleno poslovanje definiraju ciljeve koji za tvrtku znače promjenu u gospodarenju sirovinama, energijama i ljudskim resursima.

Većina tvrtki deklarativno je za očuvanje okoliša, međutim u stvarnosti ne vode se detaljne analize utroška energije i vode, materijala i sirovina po određenim tehnološkim cjelinama. U takvim situacijama nije moguće realno postavljati ciljeve i pratiti troškove poslovanja po pojedinim fazama.

Danas su na raspolaganju nepovratna sredstva Fonda za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost namijenjena upravo aktivnostima koje će pridonijeti:

- smanjenju emisija u okoliš
- smanjenju količina miješanog komunalnog otpada
- smanjenja potrošnje energenata i vode.

Otpad i postupanje s otpadom vrlo je bitno za postizanje ciljeva održivog

razvoja i zelenog poslovanja svake tvrtke.

Komunalni otpad jedna je od kategorija otpada koje svaki stanovnik u zemlji razvijenosti kao što je naša, proizvede u količini od oko 1,1 kg dnevno.

Prema analizama, komunalni otpad sastoji se većim dijelom od iskoristivih frakcija:

Kuhinjski otpad	Papir	PET Plastika / Limenke	Staklo	Opasni otpad	Ostalo
					13%
			6%	1%	
		12% /4%			
	25%				
39%					

Prema novom Zakonu o održivom gospodarenju otpadom, koji je na snazi od srpnja 2013. godine, postavljeni su određeni ciljevi koje je Hrvatska preuzela pristupnim pregovorima s Europskom unijom. Ciljevi su vezani uz smanjenje odlaganja i povećanje recikliranja, za što je preduvjet obavezno uvođenje primarnog odvajanja otpada, zatim sanacija postojećih odlagališta otpada i izgradnja centara za gospodarenje otpadom. Sva tri cilja su obvezne i ravnopravne sastavnice kojima je plan da se do kraja 2018. godine na području Hrvatske uspostavi cjeloviti sustav gospodarenja otpadom.

Za građane i tvrtke, obračun se više neće temeljiti na kvadraturi stanova ili poslovnih površina nego na volumenu proizvedenog otpada.

Izgradnjom cjelokupnog sustava troškovi gospodarenja otpadom će u budućnosti biti vrlo visoki. Smanjenje troškova biti će moguće samo smanjenjem količine predanog otpada, a da bismo to postigli potrebna su nam određena znanja o tome što smijemo, a što ne, odlagati u pojedine kontejnere namijenjene



posebnim kategorijama otpada kao što su: papir, karton, plastika, staklo i metal.

U komunalnom otpadu nikako se ne smije nalaziti problematični otpad – opasan otpad, a to su: toneri pisača, ambalaža boja, lakova i razrjeđivača, fluorescentne cijevi, ambalaža motor-nih ulja i antifrizi, električni i elektro-nički uređaji.

U spremnike za papir ne smijemo odlagati zamašteni papir i karton (kartonske kutije s ostacima pizze), plastificirani papir, tetrapak ambalažu, papir u boji (žuti, smeđi, crveni i sl), mokri papir.

Biorazgradivi otpad vrlo je vrijedan otpad i ukoliko imamo volje i mjesta za njegovo kompostiranje smanjiti ćemo ukupan volumen predanog miješanog komunalnog otpada, a dobit ćemo vrijedan kompost za naše vrtne biljke ili lončanice na našim balkonima.

Kupovinom proizvoda i usluga s oznakama „Prijatelj okoliša“ ili drugim oznakama koje upućuju da je proizvod proizveden FAIR TRADE-om te sličnim oznakama, odgovorno se odnosimo prema resursima i okolišu i smanjujemo volumen otpada koji se ne može uporabiti i/ili reciklirati.



Recikliranje otpada

Izvor: www.recikliraj.hr

Recikliranje je postupak sakupljanja odbačenih proizvoda, razvrstavanje i njihovo pretvaranje u nove materijale za izradu novih proizvoda slične ili iste namjene. U recikliranje spada sve što se može ponovno iskoristiti, a da se ne baci. Riječ recikliranje je nastala iz riječi: **RE + CYCLE** = ponovno kruženje. Postoji puno proizvoda napravljenih od materijala i sirovina koje možeš reciklirati, kao npr. proizvodi napravljeni od plastike, metala, papira, kartona, stakla... **Neke sirovine, materijali odnosno proizvodi nisu biorazgradivi i ne mogu se reciklirati te se za njih moraju pronaći biološke zamjene.**

Kada u vlastitom ormaru imamo višak odjeće ili npr. cipele koje više ne želimo nositi, možemo ih pokloniti.

Poklanjanje proizvoda, predmeta koji nam više nisu potrebni, isto jest oblik recikliranja te kao takav, mnogo humaniji i smisleniji postupak nego bacanje nama nepotrebnih stvari i/ili proizvoda.

Odličan primjer, a ujedno i najstariji oblik recikliranja jest **kompostiranje**.



Kompostiranje je postupak biološke razgradnje organskih materijala čime se biološki otpad smanjuje, a kao rezultat toga nastaje kompost koji sadrži humus i druge hranjive tvari spremne za ponovnu uporabu. Svaki vrtlar zna da je najbolje gnojivo za vrt upravo kompost.

KAKO RECIKLIRATI?

U postupku recikliranja, od iznimne je važnosti najprije **ODVOJITI** i **RAZVRSTATI** otpad prema vrsti jer se mnoge otpadne sirovine i materijali mogu ponovno iskoristiti pod uvjetom da su odvojeno sakupljeni. Oko dvije trećine kućnog otpada možemo odvojiti i ponovno iskoristiti te na taj način smanjiti količine otpada na odlagalištu, dobiti nove proizvode uz manje utroška vode, energije i materije te spriječiti emisije ugljičnog dioksida u atmosferu (globalno zagrijavanje).



ZANIMLJIVOSTI

Prosječna osoba generira otprike 1,8 kg smeća svaki dan i 1,5 tonu krupnog otpada godišnje.

Svake godine generiramo 21,5 milijun tona otpada hrane. Kompostiranjem navedene količine otpada, smanjila bi se količina stakleničkih plinova kao da se na svijetu broj automobila smanjio za 2 milijuna.

Kada bi kompostirali tu hranu, time bi smanjili isti iznos stakleničkih plinova i povukli bi 2 milijuna automobila sa ceste.

Recikliranje jedne limenke ušteduje dovoljno energije za preslušavanje jednog cijelog albuma na iPod-u. A recikliranjem 100 limenki, mogli bismo osvijetliti spavaću sobu na puna dva tjedna.

Plutajući otok smeća koji se nalazi u Tihom oceanu između Sjeverne Amerike i Japana, nakupina je raznog sitnog smeća, bačenog najčešće s brodova. Pretpostavlja se da je promjera države Texas ili da zauzima 0,41% - 8,1% Tihog oceana. Otok je prijetnja za eko sustav oceana i svih životinja u njemu.

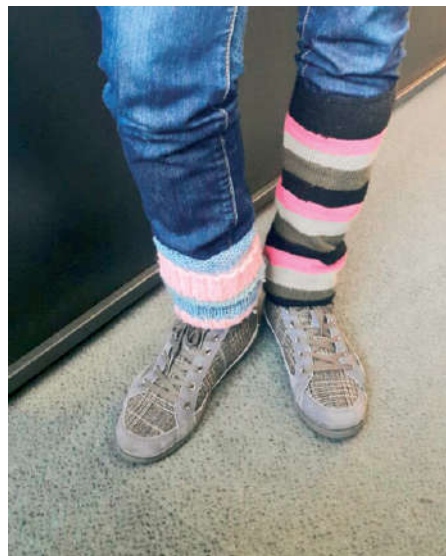
Međunarodni dan osoba sa Down sindromom

Izvor: www.zajednica-down.hr Foto: Djelatnici Alce

Na prvi dan proljeća, 21. ožujka, obilježava se i Međunarodni dan osoba s Downovim sindromom. Datum 21.3. nije slučajno odabran, on predstavlja tri kopije kromosoma 21 koji je specifičan za osobe Down sindromom. U prosjeku, jedno od 650 novorođene djece rađa se sa ovim poremećajem koji sprječava normalni tjelesni rast i mentalni razvoj djeteta.

Simbol Dana osoba s Down sindromom su različite čarape. Nošenjem različitih i vedro obojenih čarapa, ili čak tri čarape, na taj dan potičemo naše sugrađane na zalaganje za prava i dobrobit osoba s Downovim sindromom. Ovaj simbolični način je mali znak pažnje svim osobama, pogotovo djeci koja zbog Downovog sindroma nemaju priliku na školovanje, a jedan od razloga je taj što ni sami ne mogu upariti čarape.

Zaposlenici Alce Zagreb pokazali su svoju podršku tako što su 21.03.2015. obuli rasparene čarape i tako podsjetili da smo svi mi predivni bez obzira na različitosti koje posjedujemo.

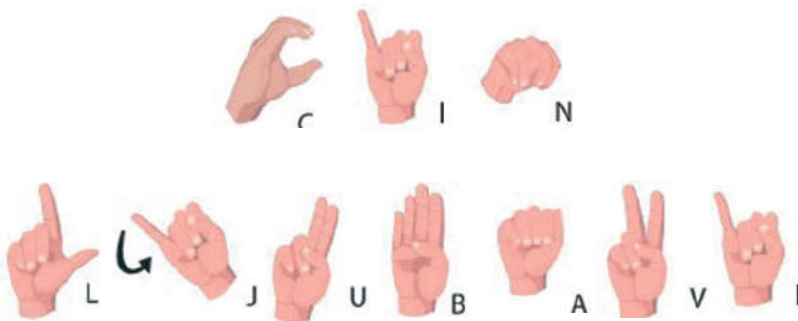


Život je pravo svakog čovjeka, a ne privilegija bogatih, planiranih i savršenih...

Udruga dijaliziranih i transplantiranih bubrežnih bolesnika **Novi Marof**

Izvor: www.transplant.hr

Hrvatska udruga Transplant je udruga pacijenata osnovana 2005. godine s ciljem promicanja darivanja i presađivanja organa.



Udruga okuplja osobe s kroničnim bolestima nekog od vitalnih organa (srce, jetra, pluća, gušterača, bubrež - osobe na listi čekanja za transplantaciju, osobe na dijalizi, transplantirane osobe, te članove njihovih obitelji i prijatelje i zdravstvene djelatnike s područja transplantacijske medicine.

Udruga se sustavno bavi pitanjima vezanim uz poboljšanje kvalitete liječenja i življenja transplantiranih osoba u suradnji sa zdravstvenim djelatnicima s područja transplantacijske medicine (po potrebi stručnim suradnicima s ostalih područja medicine i farmacije), djelatnicima HZZO-a, HZMO-a, Ministarstva zdravlja i djelatnicima ostalih Ministarstava nadležnih za područja u kojima se pojavljuje određena problematika.

Udruga kojoj Alca već nekoliko godina za redom donira Vartine proizvode.



DONACIJA



UDRUGA ZA ZAŠTITU ŽIVOTINJA "ROCCO"-VINKOVCI

2 May at 20:43 Edited ⚙

Od srca se zahvaljujemo firmi Alca Zagreb d.o.o., na ovoj izdašnoj donaciji. Budući da imamo pasa i maca sa određenim zdravstvenim tegobama, ova hrana je pun pogodak.

Veliko hvala **Sergej Jonke** na inicijativi i super brznoj dostavi donacije u Vinkovce :)

P.S. Meggy i LucyLu u provjeri :)



Fašnik u Alci

Poklade, maškare, mesopust, poklade, bušari, šafingari, fašnik, pust, karneval... Sve su to nazivi za razdoblje nakon Nove godine do Čiste srijede ili Pepelnice.



Izvor: www.hr.wikipedia.org

Narod od pamtivijeka poznaje običaje maskiranja, a ta tradicija je vrlo živa i danas. Blagdan Bogojavljenja, Sveta tri kralja, posljednji je dan božićnoga ciklusa. U starome Rimu u to doba godine održavale su se brojne svetkovine pod maskama – Saturnalije i Januarske kalende. Te poganske običaje Crkva je nastojala kristijanizirati pa je to razdo-

blje nazvala svetom dvanaestodnevnicom. Poganske maškare raspršile su se potom u vremenu koje im je ostalo između Bogojavljenja i korizme. Neke od poganskih maski nisu nikada iskorijenjene, a može se steći i dojam da je Crkva namjerno poštjedjela poklade kao suprotnost korizmi.

Dakle, možemo ustvrditi da podrijetlo karnevala seže do starorimskih svetkovina (Saturnalija, Luperkalija, Matronalija...), u kojima je prisutan

utjecaj Dionizova kulta. U srednjem vijeku to je bio početak nove godine, a uz taj dan je u mnogim europskim krajevima vezana i tradicija biranja jednodnevnih kraljeva – to je službeni početak pokladnoga razdoblja.

Danas su u Hrvatskoj vrlo popularni gradski karnevali, a među najpoznatijima su oni u Rijeci, Samoboru, Zadru, Đakovu...

Pogledajte kako je Alca Zagreb proslavila svoj fašnik...

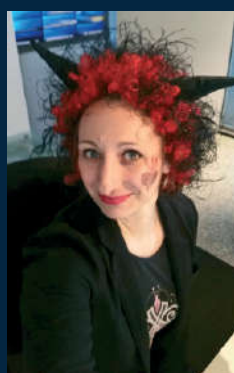
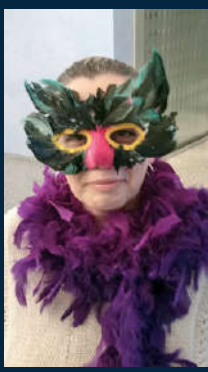


Foto: Djelatnici Alce

Alca - GSK team building

Piše: Ivona Zaninović

GlaxoSmithKline Zagreb i Slovenija su i ove godine ujedinili cijelu Alca prodajnu silu koja je pomogla dostizanju prodajnih rezultata i unapređenju branda do zavidnih pozicija i sjajnih izlaganja na policama. Uz pozitivnu energiju koja je vladala na terenu, svi smo imali prilike odmjeriti snage u igrama povlačenja užeta, bacanja „kamena s ramena“, skijanju, gađanju iz praćke, izvlačenju ravnoteže na panju te velikom finalu - izrada letjelica za „jaje-pilota“. Smijeha i zabave nije nedostajalo...



Sveti Martin na Muri



Dani Palome - mjesto razmjene iskustava, druženja i učenja

Piše: Ljerka Borić

**19. i 20. ožujka
održani su Poslovni
dani Palome na
Bledu i Planici.**

Sudionici su bili predstavnici zemalja regije (Slovenija, Hrvatska, Srbija, BiH, Crna gora, Makedonija, Mađarska, Bugarska, Rumunjska, Nizozemska, Slovačka, Albanija i Kosovo).

U službenom dijelu prodajne konferencije, prezentirani su ostvareni rezultati u 2014.g. po kategorijama proizvoda i zemljama. Hrvatska, odnosno Alca Zagreb istaknuta je s ostvarenim pozitivnim indexom realizacije.



U marketinškom dijelu predstavljena je nova linija salveta, kao nositelj aktivnosti u 2015.g. te nastavak u inovacijama predstavljenim u 2014.g. na ostalim linijama (toaletni papir, ručnici).

Nove linije salveta modernog dizajna prate modne trendove te dodatni formati upotpunjuju asortiman. Noviteti će zasigurno pridonijeti podizanju kategorije, gdje je Paloma već zauzela poziciju lidera na hrvatskom tržištu.

U nastavku prezentacije Predsjednik Uprave g. Tadej Gosak predstavio je viziju, planove i smjernice za dugoročni plan razvoja. Dodatni doprinos izlaganju dale su direktorica prodaje gđa. Barbara Wutt i direktorica marketinga gđa. Dika Vranc.

Završni dio poslovnog druženja zaokružen je svečanom večerom uz



nastup malih balerina te glazbeni program i vatromet na Bledskom jezeru.

Drugi dan organizirano je zajedničko druženje, uz posjetu tvrđavi Bled gdje su se posjetitelji upoznali sa starim zanatima toga kraja. Druženje se nastavilo na Planici i nordijskom centru, gdje su se održali finale skijaških letova. Zajedničkim navijanjem podržali smo natjecatelje.



Život bez mrlja

Piše: Ivona Zaninović

Zvuči idealno i gotovo nemoguće, zar ne? U današnjoj utrci od života, svakodnevnim maratonima obaveza kada ne znate gdje vam je glava, a gdje rep, razmišljati o sortiranju odjeće za pranje rublja, uz istovremeno vješanje svježe oprane robe od koje vas baš vaša najdraža majica pozdravlja sa svojim svježe obojanim detaljem crne čarape na sebi! Nije li to divno?!

Kako riješiti barem te životne „mrlje“? Iz našeg Alca portfelja, možemo vam ponuditi sigurno rješenje njemačkog potpisa – Dr. Beckmann. Možete odahnuti, a vaša roba opet zasjati uz paletu rješenja koje nam omogućuje ovaj brand.



Dr. Beckmann Pre-Wash

Za tvrdokorne mrlje prikladan je Dr. Beckmann Pre-Wash sa specijalno dizajniranom četkicom na vrhu boce, čiji mehanički efekt podržava lakše otklanjanje mrlja. Odstranjuje mrlje masnoća, krvi, mlijeka, voća, kečapa, dječje hrane, itd. Sredstvo je potrebno nanijeti na mrlju prije pranja i ostaviti 10-15 min da odstoji.



Dr. Beckmann maramica

Zahvaljujući specijalnom sastavu Dr. Beckmann maramica kao magnet upija višak boje i prljavštine koje se ispuštaju tijekom pranja, sprečavajući sivilo i neželjeno bojenje rublja, a djelotvorna je pri svim temperaturama. Nema potrebe da se odjeća razdvaja po bojama.



Super bijelo

Bijelo rublje s vremenom postaje sivo, a od stajanja često zna požutiti. Dr. Beckmann Super bijelo uklanja sivilo i žutilo te rublju vraća blistavu bjelinu i ostavlja ugodan miris svježine. Učinkovito već pri 20°C.



Izlet u Nacionalni park Risnjak

Do izvora rijeke Kupe
i spilje Lokvarke kod
Delnica

Ako ste u nedoumici kako provesti vikend, a pritom ga želite osvježiti boravkom u prirodi, evo našeg vikend prijedloga, udaljenog svega sat i pol vožnje od Zagreba - do pravog hrvatskog raja na Zemlji!

Nacionalni park Risnjak, izvor rijeke Kupe

Izvor: www.np-risnjak.hr

Područje je proglašeno zaštićenim 12. prosinca 1963. godine u površini od 10 ha. Izvor rijeke Kupe, jedna je od mnogih još uvijek neriješenih zagonetki krša, jedno od najjačih, najrasprostranjenijih i najdubljih hrvatskih vrela. Na nadmorskoj visini od 321 m, vodena je masa oblikovala tirkizno jezero zeleno-plave boje koje će Vas očarati svojim izgledom.

Gornji tok rijeke Kupe je zbog bogatstva flore i faune prozvan Čudesnom dolinom leptira.



RISNJAK
Nacionalni park
National Park

Spilja Lokvarka kod Delnica

Izvor: www.tz-lokve.hr

Prvotno pećina Lipa, danas spilja Lokvarka, svojim bogatstvom mnoge ostavlja bez riječi. Spilju je 1911. godine sasvim slučajno, prilikom iskopavanja kamena vapnenca otkrio Jakov Bolf Talijanetov. A prvi put ju je istražio geolog Josip Poljak koji je spilju nazvao „Lipa“ po brdu Debela lipa. Kasnije je njezino ime izmijenjeno iz razloga što se spilja ne nalazi u brdu Debela lipa, već u brdu Kameniti vrh. Za spilju Lokvarku, Poljak je napisao da je jedna od najljepših spilja hrvatskoga krša. Spilja ima 6 etaža od kojih su prve 4 otvorene za posjetitelje. Duljina zasad otkrivenog dijela spilje iznosi 1179 metara, a dubina 275 metara. Temperatura unutar spilje kreće se u rasponu od 7 do 9 stupnjeva Celzijusa.

Foto: Gorazd Crnković



Prosječan trošak putovanja po osobi;

vrijeme putovanja	2h (automobilom) / 155 km
trošak putovanja	200 kn (diesel)
trošak izleta	200 kn



Vježba za aktivaciju mišića gornjeg i donjeg dijela leđa

Izvor: www.krenizdravo.com

Slijedi primjer vježbe kojom ćete rasteretiti napetost u gornjem dijelu leđa, a redovitim ponavljanjem vježbe osvijestiti ćete pravilno držanje te ukloniti bol i nelagodu tijekom dugotrajnog sjedenja:



- sjednite se ravni leđa na kraj stolice
- spustiti trup prema koljenima tako da leđa ostanu ravna cijelom dužinom
- pazite da su vam ramena daleko od ušiju, a vrat u produžetku kralježnice
- udahnite u trbuh, odručite i spojiti lopatice te zadržite dah, spustiti ruke i izdahnuti
- zatim opet udahnite, podignite ruke prema gore tako da vam je palac usmjeren prema gore (V pozicija ruku), spustite ruke i izdahnite
- ponovite pokret 10-12 puta, malo se odmorite te napravite još tri serije
- napredna varijanta: dodajte bućice od 1kg ili dvije pune boce vode od 1l u svaku ruku.

POZITIVNE MISLI

“Biram da budem čovjek...

Da oprostim, da zaboravim loše,
a zapamtim lijepu gestu.

Da priznam kad pogriješim i kažem
onu najtežu riječ: OPROSTI.

Osjećam se bolje kao čovjek.

Zbog ponekog dobrog djela i lijepe riječi,
čak i ako mi suprotna strana ne uzvrati...

Nema veze... Ljepše je ovako...

Divan je osjećaj kada legneš noću u
krevet i lako zaspiš, jer nema tamnih
utvara da te progone zbog zlih djela...

Čista savjest je od neprocjenjive
vrijednosti...”

Fjodor Dostojevski