

# ADP Novosti

PROSINAC 2020. | BROJ 40

*Čestit Božić  
i sretna Nova godina!*



TEMA BROJA

Adio 2020. |



	<b>IZ PRVE RUKE</b>	3
	Uspjeh zajedništva	
	<b>TEMA BROJA</b>	4
	Adio 2020.	
	<b>IZ NAŠE BRANŠE</b>	6
	Zagreb raste	
	Optimizam u Mladenovcu	
	VW rukohvati	
	Stellantis	
	Informatička evolucija	
	Najveći za najveće	
	<b>BURZOVNI MEŠETAR</b>	9
	Utjecaj cjepiva na tržišta kapitala	
	<b>ADP INFO KUTAK</b>	10
	FMEA metodologija	
	"Ping-Pong" u Tiszi	
	AIAG	
	Novi adepeovci	
	Promovirani	
	<b>ADP SANDUČIĆ</b>	12
	Pisali ste...	
	<b>ADEPEOVCI</b>	13
	Ništa nije nemoguće - Denis Boriskin	
	<b>MOŽE NAM POMOĆI</b>	14
	Poslovna tajna kao intelektualno vlasništvo	
	<b>ODGOVORNO U BUDUĆNOST</b>	15
	AD Plastik Grupa na Bloombergu	
	Indeks DOP-a	
	<b>ZA SVE PRILIKE</b>	16
	Fake News	
	<b>NAKON POSLA</b>	18
	Provedimo blagdane sigurno	
	Blagdanske preporuke	

Šaljite nam zanimljivosti, prijedloge, savjete, fotografije, recepte, pjesme, ili ono čega se nismo sjetili, na e-adresu [sanducic@adplastik.hr](mailto:sanducic@adplastik.hr) ili jednostavno ubacite u ADP Sandučić. Zajedno možemo bolje!

Urednica:  
Lori Vitaljić

Uređivački odbor:  
Zoja Crnečki, Sanja Drobac, Ivan Jurčević, Denis Miletić, Dragan Planjanin, Toni Štambuk



## KOLUMNA

# Uspjeh zajedništva

Na kraju ove vrlo neobične i nimalo jednostavne godine, želim se zahvaliti svim zaposlenicima naše grupacije na trudu, odgovornosti i ozbiljnosti koju su pokazali u ovim izvanrednim okolnostima. Izuzetno sam ponosan na brzinu vaše reakcije i zajedništvo bez kojih se ne bismo ovako uspješno suočili s izazovima koji su nas zatekli.

Godinu koja je polako na zalasku još ćemo dugo pamtiti, iako bismo je svi, vjerujem, najradije zaboravili. Međutim, ono što ne možemo mijenjati trebamo prihvati i iz toga izvući najbolje. Iako smo suočeni s velikim promjenama i izazovima, sigurno iz ovog zahtjevnog razdoblja možemo naučiti neke ozbiljne lekcije koje će nam dugoročno pomoći.

Ovu smo godinu započeli jako dobro i s velikim očekivanjima, ali onda je pandemija virusa COVID-19 zaustavila cijeli svijet, srećom nakratko. U trenutku su se promijenile sve one poznate i uobičajene dnevne rutine. Iziskivalo je to brze reakcije te gotovo preko noći promjene pogleda i načina poslovanja. Zdravlje je postalo nedvojbeni prioritet, a istovremeno je trebalo održati poslovanje u potpuno nepoznatim okolnostima koje nitko na svijetu sa sigurnošću nije mogao predvidjeti. Nakon vrlo brze i učinkovite reakcije te preslagivanja prioriteta i racionalizacije troškova, ustajno provodimo sve aktivnosti u cilju očuvanja zdravlja i održivosti poslovanja. Naše se zajedništvo još jednom pokazalo kao najveća snaga u kriznim situacijama i za to je zaslužan svaki pojedinac u našem lancu.

U skladu s procjenama koje smo napravili početkom krize, druga polovina godine donijela je lagani oporavak. To nam zasigurno daje razloga za blagi optimizam, ali i daljnji oprez jer pandemija koronavirusa nažalost još uvijek traje. Unatoč otežanim okolnostima na tržištu, naše su proizvodne lokacije uspješno odgovorile svim izazovima i turbulencijama tijekom cijele godine. Niti u jednom trenutku nismo ugrozili svoje kupce zahvaljujući iznimnim naporima, znanju, stručnosti i odličnom snalaženju svih zaposlenika u izvanrednim okolnostima.

Godina pred nama nosi nam nove izazove, optimiziranje troškova, održavanje finansijske stabilnosti i održivosti poslovanja te daljnju prilagodbu epidemiološkim i globalnim okolnostima. Istovremeno, stvarat ćemo nove prilike te nastaviti aktivnosti i pozicioniranje na tržištu kako



bismo po završetku krize bili još bolji i spremniji za novi uzlet. A siguran sam kako je on bliži nego se u ovom trenutku čini.

Našu kulturu odražava zajednički uspjeh, predanost pozitivnim promjenama zajedno s našim kupcima, zaposlenicima, dioničarima, partnerima i zajednicama. Prihvaćajući promjene i unaprjeđujući suradnju, kontinuirano pomažemo svojim kupcima u ostvarenju njihovih ciljeva na zadovoljstvo svih dionika. Kroz našu povijest prihvaćali stalne promjene, tako je i danas, a bit će i ubuduće.

Još jednom želim zahvaliti svim našim zaposlenicima na njihovoj predanosti i ustrajnosti u 2020., godini zajedničkog suočavanja s našom novom stvarnošću. Također želim zahvaliti svim našim dio-

ničarima na kontinuiranom povjerenju i podršci. Nikada se nismo više zagalgalii za stvaranje zajedničkog uspjeha, a u tom ćemo smjeru jedriti i dalje.

Iako ćemo ove blagdane proslaviti u nešto drugačijim okolnostima od onih na koje smo navikli, blagdanska atmosfera zasluguje dobro raspoloženje. Zato uživajte, odmorite se i zabavite sa svojim najmilijima.

Čestit Božić i sretna Vam Nova godina!

Marinko Došen, predsjednik Uprave



# Adio 2020.

Opraštamo se s godinom koju čemo zasigurno svi dugo pamtitи kao jednu od najturbulentnijih i najneobičnijih. Kako je ona utjecala na rad adepeovaca, što je dobroga iznjedrila, s čim bi je najradije usporedili i kako je žele pozdraviti, pročitajte u prikupljenim izjavama sa svih lokacija grupacije.

**Kristina Mirković**, inženjerka razvojne kvalitete (Solin)

Ovu vrlo specifičnu i izazovnu godinu obilježit će pandemija, epidemiološka situacija i rad od kuće s dvoje male djece. S vremenom smo se privikli na takav oblik rada, a nedostatak izravne poslovne komunikacije s kupcem prevladan je uz zajednički timski trud. Najviše je došao do izražaja značaj kvalitetne suradnje uspostavljene na prethodnim projektima. Jedino lijepo što je ova godina donijela je puno više vremena provedenog s obitelji. Ova me godina podsjeća na moj prvi automobil Spark Chevrolet, malo krene, malo stane, namuči te, ali te na kraju ipak doveđe do cilja.

**Dario Žitković**, voditelj industrijalizacije (Zagreb)

Poslovno je ovo bila izrazito izazovna godina zbog prepreka u odvijanju poslovnih procesa i otežanoj suradnji s kupcima. U natoč tome, uspjeli smo dokazati kako se uz dodatne napore i međusobno povjerenje prilikom izvršavanja zadataka sve može postići. Pozitivno je u cijeloj ovoj priči uvođenje rada od kuće što se pokazalo vrlo korisno. Usporedio bih ovo razdoblje s putovanjem na more u svom djetinjstvu. Roditelji bi nas ukrcali u strog „Fiću“ i taj se put prema moru činio beskonačnim, a još bi se svakih nekoliko kilometara automobil kvario. Sličan mi se osjećaj provlačio i tijekom 2020. Činilo se kako godina nikada neće završiti i naišlazili smo na svakakve neprilike u hodu. Ali kraj se ipak nazire.

**Bratislav Matić**, rukovoditelj logistike (Mladenovac)

Godinu je poslovno obilježio znatno viši pritisak na opskrbni lanac od uobičajenog, a to smo posebice osjetili u drugom i trećem tromjesečju. Ipak, savladali smo sve prepreke i polako se pripremamo za njezin kraj. Najviše me veselilo tijekom godine to što humor kod balkanaca ne menjava ni u najtežim trenucima.

**Larisa Arhipova**, voditeljica smjene (Togliatti)

Poprilično je teška bila ova godina, ali ipak ču je se rado sjećati po ženidbi svog sina. Podsjeća me na Zaporozec, nezgrano, bučno, tijesno rusko vozilo poprilično dobro za neravan teren.

**Andrijana Jovanović**, tehnologinja kvalitete procesa (Mladenovac)

Za mene je protekla godina bila puna izazova jer sam u jeku pandemije koja nas je zadesila promijenila kompaniju i postala dio ADP tima. Potrebno je bilo uložiti puno truda i rada kako bi sve došlo na svoje, no svaki se trud na kraju isplati. Samom promjenom djelokruga rada, savladala sam nove vještine i stekla nova znanja i to je moj osobni napredak u karijeri koji sam proživjela upravo u ovoj godini.

**Ágnes Pregun**, koordinatorica nabave (Tiszaújváros)

Nažalost, situacija s pandemijom poretala je planove, proizvodnja je u jednom trenutku bila zaustavljena i bili smo primorani smanjiti satnicu velikom broju radnika. Nisu to bile nimalo jednostavne situacije, a dodatni izazov bile su promjene nastale kod pojedinih kupaca. Našreću, premostili smo najteže razdoblje i veliki dio proizvodnje vratio se na razine prije pandemije. Unatoč poteškoćama, kompanija i dalje ulaže u profesionalni razvoj svojih zaposlenika i ova nam je godina pokazala u koliko jakom i izdržljivom timu radimo. Najljepše je što smo svi spremni pomoći i podržati jedni druge u nevolji. To je neprocjenjiva vrijednost.

**Martin Jankavić**, voditelj interne logistike (Zagreb)

Ne znam kako opisati ovu godinu, ali ako moram izabrati jednu riječ onda je to turbulentno. Uz sve nedače kroz koje smo zajedno prošli, ne bih čak rekao niti da je bila toliko loša. Drago mi je što smo u ovoj situaciji zadržali posao, a ma koliko godina bila teška, plaća je svaki mjesec

redovito sjedala na račun. Bilo je tu mnogo projekata, nije sve išlo prema planu, ali sve smo uspjeli realizirati. Emocije su varirale, od tuge, ljutnje, straha pa sve do sreće i ponosa što smo uspjeli izgurati sve ovo. Uz sve nedače i poteškoće koje nam je donio koronavirus, uspjeli smo doma platiti račune.

**Dino Brekić**, inženjer razvoja proizvoda (Solin)

Zahvaljujući brzoj reakciji i efikasnim mjerama unutar kompanije, poslovne aktivnosti odvijale su se gotovo bez prekida. Doduše, u većoj su se mjeri, gdje je bilo moguće, preselile na virtualne alate. U ovom neizvjesnom okruženju, kada čak i svoje najbliže najbolje možeš zaštiti fizičkim udaljavanjem, mislim kako je većina shvatila vrijednost socijalizacije koju uzimamo zdravo za gotovo. Nadam se kako ćemo ubuduće biti obzirniji i osjetljiviji jedni prema drugima i pažljivije izgrađivati svoje odnose. Malo više empatije i suošćenja će svima dobro doći. I to je po meni najpozitivnije što nam ova pandemija može donijeti.



**Valerija Gorelova**, radnica proizvodnje (Togliatti)

Godina je bila teška, ali protekla je u skladnom i prijateljskom ozračju. Pozitivno je što se konačno bliži i njezin kraj. Uz sve poteškoće i izazove, u konačnici smo se uspješno provezli kroz ovu godinu.

**Aljona Kravčenko**, voditeljica smjene (Kaluga)

Godinu su obilježile zaštitne maske koje je jako teško nositi cijelo vrijeme, bilo je puno izostanaka i teško je financijski izdržati ovaku neizvjesnost. Dobro je što su se dogovorili mnogi novi projekti što nam daje sigurnost poslovanja u budućnosti.

**Elena Danilova**, viša poslovotkinja (Togliatti)

Bila je ovo poprilično stresna godina, ali sačuvali smo radna mjesta za vrijeme ove globalne krize i to je jako dobro. Podsjeća me pomalo na rusko vozilo Volga Gaz 24, njime je teže upravljati, ali je vrlo stabilan. Kao u konačnici i ova godina.

**Sergej Aleksejevič Pronjaev**, alatničar u održavanju (Kaluga)

Bila je ovo godina s puno poteškoća, ali vjerujem privremenih koje se mogu riješiti. Meni je jedan od najljepših dana bio moj rođendan. Ovo treba prihvati kao automobil koji treba ozbiljan popravak nakon automobilske nezgode.

**Tatjana Aleksejevna Lavruškina**, skladištarka (Kaluga)

Usprkos svemu, osjećala sam se sigurno u ovim okolnostima. Očuvana su radna mjesta i isplata plaća bila je pravovremena. Bila je ovo jedna sretna ili nesretna utrka za preživljavanjem.

**Sanja Jularić**, voditeljica planiranja proizvodnje i **Anita Vukašinović**, terminer proizvodnje (Zagreb)

Cijela je godina bila neizvjesna, uz dodatni stres uzrokovani pandemijom virusa COVID-19. Nismo mogli niti paštetu otvoriti, a da iz nje ne izleti neka tema vezana za koronavirus. Komunikacija između kolega i odjela bila je otežana zbog odvojenosti, a nedostajala su i ona usputna čavrlijanja koja nas zbljižavaju. No, vratila nam se kolegica s porodiljinog i dobili smo novog mладог kolegu tako da naša mala slatka služba planiranja u Zagrebu ima pojačanje. Ova godina sliči pomalo na Yugo 45, bez obzira na sve mane i nedostatke, pamtit ćemo je po izdržljivosti i postojanosti u teškim uvjetima.

**Jurij Makejev**, operater proizvodnje (Kaluga)

Pamtit ćemo 2020. po pandemiji, ograničenjima, nedostatku sredstava zbog zastoja, ali općenito normalno. Pozitivne su vijesti u ovim okolnostima isplata dodataka za staž, indeksacija plaća i pojava novih projekata.

**Nina Holova**, radnica proizvodnje (Togliatti)

Bilo je puno trenutaka zabrinutosti za zdravlje i posao, ali uspješno smo se prilagodili neočekivanim izazovima i nastavili dalje raditi. Dobro je što sam puno više vremena provela sa svojom obitelji i na tome sam zahvalna. Vožnja kroz nju bila je spora, ali u konačnici ipak sigurna.

**Pavel Zarubov**, radnik proizvodnje (Kaluga)

Ovo je bila financijski teška godina s puno zastoja, ali snašli smo se. Ponosni smo što nismo zaustavili pogon i zadržali smo posao, to su u ovim okolnostima jako dobre vijesti.

**Ferenc Szilágyi**, voditelj prodaje (Tiszaújváros)

Prošla je godina bila puna izazova. Pandemija je preoblikovala sve naše planove i očekivanja za ovu godinu. Međutim, druga polovica godine polučila je poprilično dobar uspjeh. Zahvaljujući povećanim narudžbama nakon proljetnog zastoja, uspjeli smo vratiti izgubljeni prihod. Ako bismo zanemarili utjecaje pandemije i promatrati samo drugu polovicu godine, mogli bismo reći kako završavamo jednu uspješnu godinu. Osobno, najpozitivnije u ovoj godini mi je promaknuće na poziciju voditelja prodaje. Istaknuo bih i pozitivan pristup menedžmenta prema zaposlenicima. Ova je godina u potpunosti prošla u dihotomiji, mjesecima smo uživali u udobnosti vlastitog doma, a istovremeno smo stavljeni na kušnju po pitanju poslovanja i profita.

**Ljiljana Matković**, referentica financija (Solin)

Bila je ovo dosta izazovna poslovna godina. Suočili smo se s radom od kuće koji nas je zatekao pomalo nespremne, ali smo se uspješno prilagodili. Iako su mi poteškoće na koje sam nailazila u početku predstavljale stres, s vremenom sam ih uz pomoć tima uspješno rješavala. Nisam doživjela 2020. godinu previše negativnom jer iz svake životne situacije treba izvući ono najbolje. S obzirom da mi je korona poremetila planirana putovanja u inozemstvo, iskoristila sam to vrijeme za otkrivanje lokaliteta u Hrvatskoj koje ranije nisam posjetila. Više sam boravila u prirodi, trčala i planinarila, a kupila sam si i novi automobil. Nije sve bilo tako loše.

**Vitalij Aleksandrovič Čunin**, rukovoditelj tehničke službe (Kaluga)

Iako su je obilježile poteškoće, bilo je ovo jedno novo iskustvo i preispitivanje vrijednosti. Za svaku je pohvalu podrška poslodavca u teškoj ekonomskoj situaciji. Ovo je bilo razdoblje poput testnog prototipa automobila koji je pokazao svoje slabosti, ali omogućuje prepoznavanje načina za poboljšanje.



# Zagreb raste

Turbulentna događanja obilježila su cijelu 2020. pa tako i njezin zadnji kvartal. Najvažniji izazovi s kojima se susreće radna jedinica Zagreb su rast realizacije u odnosu na proljetni zastoj, koji je dočekan s veseljem, i tržišni izazovi nabave sirovina. Na rast realizacije prvenstveno utječu najveći kupci Renault i Ford što je iziskivalo ubrzane pripreme, prilagodbu resursa i promjene u organizaciji proizvodnje na lokaciji, ali su sve isporuke uspješno realizirane. Uspjeh je utoliko veći jer nisu svi u opskrbnom lancu bili spremni na ovako nagli skok. Najveći je izazov bio ispratiti promjene u planovima proizvodnje Revoza koji se i sam suočavao s poteškoćama u dobavljačkom lancu. Ali navedene su okolnosti suradnju s Revozom podigle na još višu i vrlo učinkovitu razinu. Komunikacija je bila učestala i informacije su se vrlo transparentno i brzo razmjenjivale između Revoza i radne jedinice Zagreb, i to 24 sata dnevno. Takva je suradnja rezultirala isporukama bez incidenata, uz visoko zadovoljstvo kupca. Uz cijelu proizvodnju i logistiku koje su dale najveći obol rješavanju ove iznimno zahtjevne situacije, posebno treba istaknuti i službu planiranja proizvodnje. Oni su organizirali dežurstvo i stalnu komunikaciju s Revo-

zom te promptne reakcije na promjene planova proizvodnje kupca, ažuriranjima u sustavu.

Unatoč dinamičnim okolnostima, nestabilnosti tržišta te izazovima u svakodnevnom poslovanju, Zagreb se priprema i za narednu godinu. Razdoblje stanke u proizvodnji kupaca iskoristit će se za sve remonte i aktivnosti važne u pripremi

postrojenja za iduću godinu. U tijeku su pripreme za dva nova projekta i to eksterijere novog kupca na zagrebačkoj lokaciji te brizgane i bojene dijelove Alfe Tonale. Intenzivno se pripremaju promjene tlocrtnog plana tvornice i organizacije proizvodnje kako bi se spremno dočekao početak serijske proizvodnje novih vozila.

**Marko Radić**



# Optimizam u Mladenovcu

Kao što sportaši tempiraju svoju formu za ključne dijelove sezone, tako je i ADP Mladenovac započeo 2020. svjestan kako se ključne utakmice igraju krajem godine. Upravo se to i događa, početak serijske proizvodnje novog programa PSA Grupe i novi poslovi unutar već ustaljenog programa FCA Grupe. Kao da nije cijeli svijet zastao na nekoliko mjeseci, čini se kao da se pokušava nadoknaditi propušteno. Posljednjih se mjeseci tako tvornica u Mladenovcu uspješno nosi s rastom narudžbi i spremna je uspješno iznijeti završnicu godine. Sve uigraniji tim u odličnoj je kondiciji i sljedeće sezone očekuju još bolji plasman.

U 2021. očekuje se nešto drugačija dinamika poslovanja s višom i stabilnijom realizacijom tokom cijele godine. PSA program postaje standardni dio poslovanja i zajedno s novim projektima FCA programa Mladenovcu je osiguran kvalitetan portfelj proizvoda, a samim tim i dugoročna stabilnost poslovanja.

Transferom dvije brizgalice iz Solina u Mladenovac i reorganizacijom tlocrtnog plana, tvornica je konačno dobila izgled cjelovitog i ozbiljnog pogona. Početak rada novih brizgalica uvelike će olakšati rad. Osim manjeg broja izmjena alata, očekuje se i spajanje trenutno izdvojene montaže određenih artikala u proces ciklusa injekcijskog prešanja što će smanjiti tokove kretanja proizvoda i eventualne

rizike. Zaposlenici su ujedno proširili i unaprijedili svoja znanja jer se novi strojevi svojim interfejsom i robotima razlikuju od postojećih. Kraj kalendarske godine tako protječe u aktivnostima vezanim za nove projekte i njihovu industrijalizaciju koji će u sljedećoj godini imati visok utjecaj na rad tvornice.

**Stefan Milutinović**





# VW rukohvati

U ovoj neobičnoj godini na izmaku, koju su mahom obilježile izvanredne okolnosti, treba naglasiti kako solinski pogon završava godinu s početkom serijske proizvodnje i isporukama nekoliko novih proizvoda. Potrebno je istaknuti značajne proizvode PSA Grupe poput bočnih letvica, obloga motora, nosača zvučnika i poklopca u vratima. Za potonje je uvedena nova tehnologija nanošenja PUR pjene. Ove je godine započela i serijska proizvodnja BEV programa za FCA Grupu i poklopci radara za Renault Grupu. Najznačajniji i najveći projekt u 2020. rukohvati su za VW, a upravo je rješenje ADP

timu prihvaćeno od strane kupca čime su još jednom pokazali svoje znanje i vještine. Tako su krajem 2019. dogovoren i svi detalji realizacije projekta, a unatoč pandemiji i izazovima koje je iznjedrila ovaj je projekt realiziran u roku. Serijske isporuke rukohvata započele su u studenom, a sinergijom znanja i iskustva razvoja i proizvodnje AD Plastik Grupe iznjedrila su se kvalitetna rješenja.

Ivan Barišić



## Stellantis

Početkom studenog javnosti je prezentiran logotip Stellantis, novog korporativnog imena u svijetu automobilske industrije. To je tvrtka koja je proizašla iz planiranog spajanja dva velika automobilска giganta, PSA Grupe i FCA Grupe. To je jedan od posljednjih koraka prema konačnom završetku ovog procesa.

Logotip simbolizira bogato nasljeđe tvrtki osnivača i jedinstvene kombinirane snage portfelja s 14 priznatih automobilskih marki, kao i raznolikost profesionalnog porijekla njegovih zaposlenika koji rade u svim regijama. Ime Stellantis nastalo je iz latinskog glagola "stello" što znači "osvijetliti zvijezdama". Stellantis će spojiti dimenziju istinski globalne skupine s izvanrednom širinom i dubinom talenta, znanja i resursa za pružanje održivih rješenja za mobilnost u narednim desetljećima. Latinsko podrijetlo imena odaje počast dugoj i važnoj povijesti dviju kompanija osnivača, dok evokacija astronomije podsjeća na duh optimizma, energije i obnove u osnovi ovog saveza koji će promijeniti automobilski sektor.

STELLANTIS

## Informatička evolucija

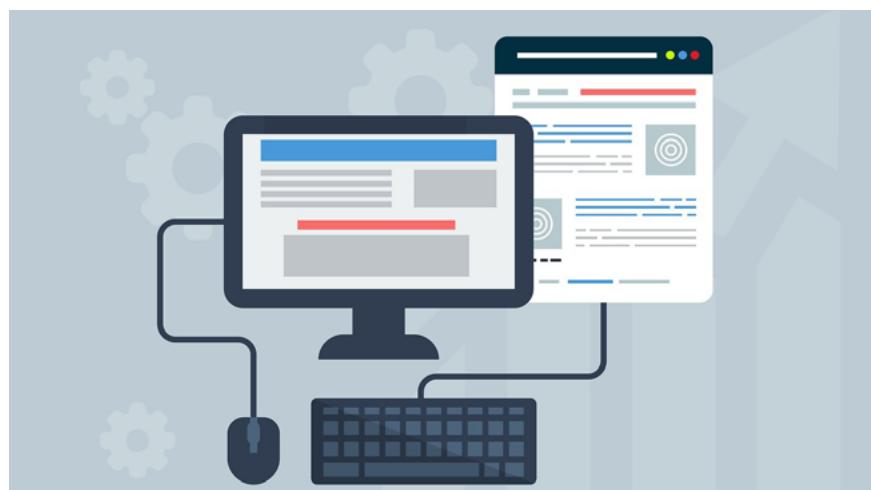
Posljednje su se dvije godine u AD Plastiku Tisza dogodila značajna informatička unaprijeđenja. Tako MES-Pharis pruža podršku pri upravljanju i planiranju proizvodnje, dok u logistici Darwin Data Interchange pomaže u procesima digitalizacije dobavljačkog lanca. Prema zahtjevu kupaca, tim za otpremu koristi WEB EDI/ASN sustav, dok se pri procesima dostave koristi ASN. Uz pomoć solinskih kolega, za ostvarivanja ovih zahtjeva odabran je integrirani Darwin Data Interchange softver koji pruža sljedeće mogućnosti:

- pronalazi i obrađuje narudžbe te kreira vezu s WEB EDI platformom
- baza podataka sadrži sve informacije potrebne za otpremu poput naziva proizvoda, ID proizvoda, vrste pakiranja i slično

- na temelju narudžbi generiraju se oznake pakiranja prema zahtjevima kupaca, a potom kreiraju dokumenti za otpremu u digitalnom formatu i njihov tiskani primjerak

Pomoću takve procedure za otpremu informacije se dostavljaju brzo i precizno, umanjuje se mogućnost greške kod narudžbi te povezanost između narudžbi, njihovih ispunjavanja i knjiženja postaje transparentna. Primjena Darwina u otpremi potpuna je novina za zaposlenike, a zbog nemogućnosti integracije u ERP sustav predstavljala im je i veliki izazov. Tim je sastavljen od mlađih i angažiranih zaposlenika, pod vodstvom **Vojteka Anetta**, koji uspješno rješavaju svaki zadatak i spremno čekaju primjenu sustava i kod ostalih kupaca.

Tolvéth Rezső





# Najveći za najveće

Obloge krovova proizvode se na trima lokacijama AD Plastik Grupe, a može ih se pronaći na vozilima i tržištima diljem svijeta. Tvrnica u Mladenovcu tako proizvodi obloge krovova za Renault i Daimler vozila, AD Plastik Togliatti za vozila Renault, Lada, Nissan i Ford, a u rumunjskoj tvornici EAPS rade se obloge za Dacia vozila. Upravo su potonji predmet ovog članka koji iz Miovenija idu u cijeli svijet. Dok se brizgani proizvodi u pravilu rade iz jednog ili dva materijala, obloge krova kompozit su koji se sastoji od minimalno sedam slojeva. Prije svega potrebno je proizvesti PUR blok operacijom pjenjenja, a zatim se reže na listove debljine koju definira kupac. PUR list je srce krova i zaslužan je za brojne pogodnosti poput preradljivosti, istezljivosti, deformabilnosti, otpornosti na gorenje ili akustična svojstva. Potom se izrežu materijali lica i naličja obloge kako bi se u sljedećoj operaciji složili u takozvani sendvič krova. Termooblikovanjem sljubljujemo i oblikujemo kompozit u finalni oblik, nakon čega slijedi rezanje krova na definirane dimenzije te izrezivanje potrebnih otvora. Zatim slijedi montaža sastavnih dijelova krova te završna kontrola i pakiranje.

Tvrnica u Mioveniju na novim će projektima rezanje raditi na drugačiji način i to vodenim mlazom pod visokim pritiskom. Posebnost novih obloga krovova je stil za lice koji cijelom krovu, odnosno cijelom vozilu podiže kvalitetu, s obzirom kako se radi o aspektima proizvodima. Na taj se način povećava zadovoljstvo kupca koje jamči bolju prihvaćenost i prodaju na tržištu. Obloge krovova za jedno od vozila svojom su dimenzijom najveće koje je AD Plastik Grupa proizvela. „Tako velike obloge obično se proizvode i ugrađuju u automobil iz dva dijela. Zahvaljujući našem inženjerskoj projektnoj timu, s kupcem je dogovorena proizvodnja u jednom komadu. Zbog tog projekta tvrnica u Mioveniju dobiva novu presu za termooblikovanje te tehnologiju rezanja vodenim mlazom čime se podiže razina kvalitete, konkurentnost i fleksibilnost proizvodne linije,“ rekao je **Mario Lekić**, inženjer razvoja procesa.

Zahtjevi kupaca za krovne obloge sa svakim su projektom sve rigorozniji te je potrebno uložiti puno truda i znanja kako bi se ispunili. U ovaj su projekt utkana znanja i iskustva s prethodnih projekata,

a razvoj 3D proizvoda bio je vrlo dinamičan. „Sudjelovala sam u dizajnu i izradi obloga krovova za vozila Logan, Sandero i Lodgy te mogu reći kako je ovaj projekt bio veliki izazov za cijeli naš tim. Unatoč pandemiji, uz veliku potporu kolega s lokacije, uspjeli smo odraditi sve probe i testiranja te isporučiti kupcu proizvod odlične kvalitete,“ kazala je **Ana Bikić**, inženjerka razvoja proizvoda.

Unatoč zahtjevnosti projekta i pandemiji koja je otežavala putovanja i uobičajene načine suradnje, pozitivna atmosfera unutar tima nije narušena. „Bilo je to novo i pozitivno iskustvo, a kao članica tima za razvojnu kvalitetu imala sam priliku upoznati se s novim tehnologijama. Nakon prvih proba, dimenzijskih mjerjenja uzorka i ocjena aspekta, vjerujem kako imamo proizvod visoke kvalitete koji ispunjava sve zahtjeve kupca,“ priča nam **Antonija Radanović**, inženjerka razvojne kvalitete. Voditelj projekata **Leo Tudor** ovaj je projekt odradio na obljetnicu svoje dvadesetogodišnje suradnje s Daciom i stoga mu je ova uspješna realizacija u nimalo jednostavnim okolnostima još važnija: „Nije bilo jednostavno. Uključeni smo u projekt koji je strateški važan za kupca krajem prošle godine. U ovoj su nas godini dočekali problemi s pandemijom. Unatoč svim

izazovima, komunikacija između timova bila je ključna za uspješnu realizaciju. Potvrdili smo svoj partnerski odnos s Daciom i povećali sklad, međusobno uvažavanje i želju za suradnjom.“

Unatoč ograničenjima uzrokovanim pandemijom, Dacia je ustrajala na postavljenim rokovima izrade prvih uzoraka uz minimalno pomicanje početka serijske proizvodnje. Već sama činjenica kako se radi o dimenzijski najvećim oblogama krovova do sada izrađenim u proizvodnim pogonima Grupe, za članove tima je bila dodatni izazov. „U trenutnim globalnim uvjetima izazov je planirati i obavljati projektne zadatke. Bez obzira na smanjenu fizičku interakciju, rad od kuće i video sastanke, sve se aktivnosti izvršavaju kvalitetno i na vrijeme, a entuzijazam tima nije smanjen. Jako smo zadovoljni prvim rezultatima, obavljenim poslom i suradnjom s kolegama u Rumunjskoj. Vjerujem kako ćemo se ipak uskoro vratiti poznatim svakodnevnicama, zajedničkom radu i druženjima,“ izjavila je voditeljica projekata **Renata Penava**.

**Ivan Jurčević**





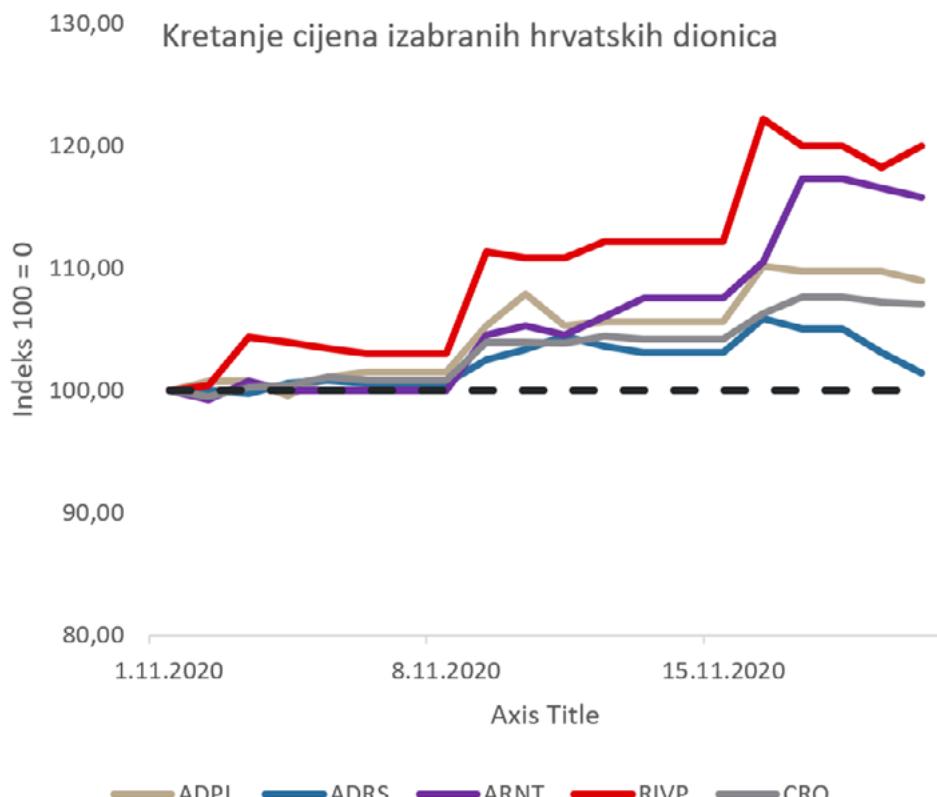
# Utjecaj cjepiva na tržišta kapitala

Početkom 2020. godine svijet je pogodila globalna pandemija virusa COVID-19 koja je prouzrokovala značajan pad vrijednosti dionica širom svijeta. S obzirom na karakter pandemije te epidemiološke mjere koje su ograničile, a u nekim trenucima i potpuno zabranile veća okupljanja i kretanja stanovništva, najpogodejne dionice bile su one iz turističkog sektora i sektora usko povezanih s turizmom.

Unatoč teškoj situaciji u kojoj se svijet trenutno nalazi, gdje i dalje svakodnevno bilježimo rastući broj novozaraženih, globalna tržišta kapitala bilježe rekordne razine vrijednosti. Na prvu bismo se mogli zapitati zašto tržišta kapitala rastu dok se svijet nalazi u teškoj situaciji, međutim ako malo razmislimo što točno investitori plaćaju odgovor postaje jasan. Razlog je jednostavan, kod investiranja investitori plaćaju očekivanja, a ne trenutno stanje. Stoga se rastuća vrijednost finansijskih papira može pripisati optimističnim očekivanjima vezanim za utjecaj cjepiva na rješavanje trenutne krize. Tako se nameće pitanje koliko je točno cjepivo zaslužno za oporavak tržišta kapitala.

Za Hrvatsku, čije je gospodarstvo toliko ovisno o prihodima iz turizma, potencijalno je cjepivo od velikog značaja. Zato je na domaćem tržištu kapitala vijest o cjepivu imala najveći utjecaj na domaće turističke kompanije.

Pa krenimo od početka, najniža vrijednost koju je američki S&P 500 indeks dosegao u 2020. godini bila je 2.237,40 (34 posto niže od one zabilježene na početku godine). Od tog trenutka američka Vlada pokreće širok program pomoći gospodarstvu što je ponovno potaknulo rast tržišta, a nekoliko farmaceutskih kompanija započinje potragu za cjepivom. U međuvremenu, tržište se počelo oporavljati pod utjecajem raznih vijesti o pronalasku cjepiva, novčanim stimulansima od strane američke, ali i ostalih Vlada te dobrim rezultatima tehnoloških kompanija koje su za mnoge investitore postale novo sigurno utočište. Vrhunac oporavka američko, a i mnoga druga svjetska tržišta doživjela su sredinom studenoga kada su u razmaku od dva tjedna dvije farmaceutske kompanije objavile vijest o tome kako njihova cjepiva bilježe učinkovitost od preko 90 posto u suzbijanju virusa COVID-19. Kao posljedica toga,



S&P indeks skočio je na rekordnu vrijednost od 3.626,91.

Prije nego što su ove vijesti objavljene, analitičari UBS banke izračunali su kako je utjecaj dobrih vijesti prouzrokovao rast S&P 500 indeksa od otprilike 6,5 posto u razdoblju od početka svibnja do kolovoza. Navedeno je ustanovljeno mjenjenjem broja "šok" dana u kojima se S&P 500 indeks pomicao prema gore ili dolje za barem jednu standardnu devijaciju u odnosu na njegovo prosječno dnevno kretanje, a kao posljedica pozitivne ili negativne vijesti povezane s cjepivom. Koristeći njihov model, UBS-ovi analitičari zaključili su kako su investitori u svoja ulaganja uračunali cjepivo uz vjerojatnost između 33 i 40 posto.

Za Hrvatsku, čije je gospodarstvo toliko ovisno o prihodima iz turizma, potencijalno je cjepivo od velikog značaja. Zato

je na domaćem tržištu kapitala vijest o cjepivu imala najveći utjecaj na domaće turističke kompanije. Kao što se može vidjeti na grafu, cijene domaćih turističkih kompanija Valamara i Arene Hospitality kao da su se podigle za po jednu stepenicu svaki puta kada je objavljena vijest o uspješnosti cjepiva.

Zaključno, teško je donijeti konačan sud o tome što nas čeka u 2021. godini, međutim sigurno je kako bi bilo kakva normalizacija života pripomogla rastu dionica iz sektora koji su najteže pogodjeni ovom pandemijom. Stoga ne čudi što svaka vijest o uspješnosti nekog cjepiva u investitorima budi nadu u skri oporavak.

Filip Gracin  
Interkapital



# FMEA metodologija

Ove je jeseni u našoj tvornici u Togliattiju održana važna edukacija pod nazivom „Analiza vrsta i posljedica potencijalnih kvarova (FMEA)“. Kako bi sprječili potencijalno otkazivanje događanja zbog epidemiološke situacije, edukacija je na vrijeme preseljena u virtualni prostor. Bilo je izazovno i uzbudljivo po prvi puta organizirati edukacije u ovakvom formatu, ali time je njihova uspješnost bila jošslađa.

Radionica je organizirana putem platforme Zoom i vodio ju je Mark Ronzo, glavni specijalist centra „Prioritet“ iz Nižnjeg Novgoroda, vodeće ruske konzultantske tvrtke u području poboljšanja poslovne učinkovitosti kroz transformaciju sustava upravljanja i proizvodnje. Tom je prilikom 38 inženjera kvalitete i tehnologije, kroz interaktivna predavanja i vježbe, imalo priliku naučiti primjenjivati FMEA metodologiju u praksi, analizirati pogreške u procesu i pratiti metode njihovih rješavanja.

Za edukaciju na daljinu tehnički je opremljena posebna prostorija za obuku unutar tvornice s projektorom, web kamerom i mikrofonom, a pripremljeni su i dodatni

materijali za distribuciju. Zahvaljujući iskustvu i stručnosti predavača, održana su interaktivna predavanja, praktični grupni rad te završno testiranje. Osim pridržavanja svih propisanih mjera, radionica se nije uvelike razlikovala od do-sadašnjih i adepeovci su bili zadovoljni

dobivenim znanjem i kvalitetom prezentacije informacija. Bila je to prva, ali vrlo uspješna edukacija na daljinu u našoj tvornici u Togliattiju.

**Natalija Rogačeva**



# "Ping-Pong" u Tiszi

Priča o "Ping-Pongu" u AD Plastiku Tisza započela je krajem prošle godine kroz neformalne razgovore tijekom pauze. Nije trebalougo čekati da klasično podbadanje „tko je jači“ i „tko će koga razvaliti“ postane gotovo dnevna rutina. Tako su "Ping-Pong" entuzijasti odlučili ovog ljeta istinski odmjeriti svoje snage u potpuno opremljenoj dvorani u neposrednoj blizini tvornice. I tako su se začuli prvi stvarni odjeci stolno teniske loptice koji su prerasli u redovita druženja adepeovaca.

U početku je bilo svega nekoliko amaterskih zaljubljenika u ovaj sport, a danas se taj broj gotovo udvostručio. Bilo pojedinačno ili u parovima, zabava je tijekom igre zagarantrana. Nađe se tu svega, od poteza koji zaslužuju pljesak i ponovni pregled usporene snimke, do onih koji izazivaju provale smijeha. Tako je i sam autor ovog teksta, u želji da učinkovito i spektakularno osvoji poen, pogodio strop umjesto stola. Da, i to je moguće napraviti.

viti i ne samo jednom, nego redovito. Ali upravo su zabava i druženje nakon napornog radnog dana razlog ovakvih okupljanja. A termin ne može biti bolji – srijedom predvečer. Taman usred tjedna koji na taj način brže prođe.

Tko odnosi pobjedu nije više ni bitno, važno je samo rekreirati se i osjetiti zadovoljstvo zbog kojeg svi s nestrljenjem

čekaju iduću srijedu. "Ping-Pong" možeigrati svatko jer uči se lako. Potrebno je donijeti samo dobru volju, svoj reket, po mogućnosti lopticu i rezervne tenisice.

**Davor Trošelj**





# AIAG

AD Plastik Grupa postala je članicom jedinstvene svjetske neprofitne organizacije AIAG (Automotive Industry Action Group) koja više od 38 godina spaja vodeće svjetske proizvođače automobila, njihove dobavljače i pružatelje usluga, relevantne državne subjekte i pojedince iz akademске zajednice. Njihov je zajednički cilj smanjenje troškova i složenosti opskrbnog lanca automobilske industrije.

Svoje ciljeve promoviraju prvenstveno objavljuvajući standarda i organizacijom edukativnih konferencijskih treninga na kojima više od 900 eksperata iz automobilske industrije dijeli svoja iskustva i stručna znanja.

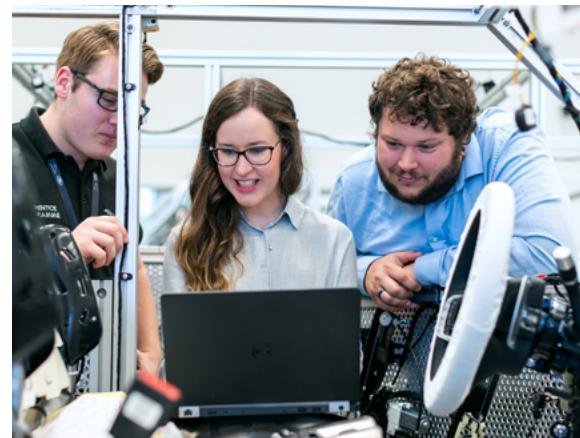
AIAG članstvo donosi specifično kolaboracijsko okruženje u kojem ključni dionici sudjeluju u otvorenim, neutralnim, pravnim i profesionalnim forumima fokusirana

na otkrivanje potencijalnih prijetnji održivom razvoju industrije. Članstvo osigurava povezanost koja omogućuje zajedničko oblikovanje novih propisa, standarda i zahtjeva u industriji te moći umrežavanja. Diječe najbolje prakse, eliminiraju se suvišni procesi i pokreću se projekti koji nude djelotvorna rješenja za kritične industrijske probleme.

Organizaciju su osnovali vizionari triju najvećih sjevernoameričkih automobilskih proizvođača - Chryslera, Forda i General Motorsa, a danas članstvo čine i mnoge globalne kompanije poput Toyote, Honde, Nissana, Volkswagena, Caterpillara i slično.

Odnedavna svi zaposlenici AD Plastik Grupe mogu koristiti znanja koje AIAG nudi te mogu pristupiti različitim dokumentima i edukacijskim materijalima,

saznati novosti iz industrije i sudjelovati u virtualnim treninzima i radionicama. Registracijom na AIAG stranici započinje istraživanje mogućnosti profesionalnog usavršavanja koje nema granica.



## Novi adepeovci

Lidija Škarica

Direktorica strateške nabave investicija i usluga

Na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu u Dubrovniku 2002. godine stekla je zvanje diplomirane ekonomistice. Svoju je poslovnu karijeru započela u tvrtki National Car Rental kao referentica za iznajmljivanje vozila, a samo godinu dana kasnije postaje voditeljica rezervacijskog centra, kontrole vozila i odjela za korisnike. Nedugo nakon toga postala je zamjenica direktora prodaje i marketinga za domaće i inozemno tržište. Proteklih deset godina radila je kao voditeljica prodaje Last Minute rent a cara tvrtke Viator. Sklapajući poslovnu suradnju s vodećim inozemnim partnerima, preuzima cijelokupnu domaću i inozemnu prodaju te odgovornost za rad i rast kompanije. Zahvaljujući upravo rezultatima njezina rada, mali je lokalni rent a car postao vodeća kompanija za najam vozila na domaćem tržištu i iznimno cijenjena kompanija na inozemnom tržištu. Tokom svoje poslovne karijere prisustvovala je brojnim sajmovima, seminarima i radionicama. U AD Plastik Grupi bit će zadužena za organiziranje i sudjelovanje u aktivnostima istraživanja tržišta te cijelokupnom procesu strateške nabave. Izražene pregovaračke vještine, sposobnost donošenja odluka i prilagodljivost zasigurno će joj pomoći na novom radnom mjestu.



### ADP PROMOCIJE

ANAMARIJA MARKOTIĆ

IVAN MARINCI

GORAN JARAM

SEBASTIJAN PIRIZOVIĆ

FERENC SZILÁGYI

NADEŽDA JURJEVNA SKVORCOVA

- Pripravnica Starter

- Pripravnik Starter

- Pomoćnik rukovoditelja operativne nabave

- Radnik proizvodnje

- Voditelj projekata

- Viša referentica prodaje

> Inženjerka za precizna mjerjenja

> Tehnolog proizvodnje

> Rukovoditelj operativne nabave

> Operater-izmjenjivač

> Voditelj prodaje i programa Bentley

> Voditeljica prodaje



# Pisali ste...

Ovo je rubrika koju zajednički uređujemo i sadrži ideje, komentare, prijedloge i pitanja adepeovaca iz cijele grupacije. Tražimo za vas adekvatna pojašnjenja i odgovore unutar kompanije. Predložite, komentirajte, pitajte!

**Kompanija omogućava isplatu materijalne pomoći u iznosu od 4000 rubalja, je li moguće povećati taj iznos? (Togliatti)**

Zakonski propisi o radu ne obvezuju poslodavce na pružanje materijalne pomoći zaposlenicima, ali ona se može izvršiti na temelju internih propisa kompanije na inicijativu poslodavca. Uvjeti i postupak isplate sadržani su u kolektivnom ugovoru i industrijskom sporazumu, a poslodavac utvrđuje osnove za pružanje materijalne pomoći po vlastitom nahođenju, na temelju finansijskih mogućnosti. Isplata materijalne potpore zaposlenicima isključivo je inicijativa i želja AD Plastika Togliatti kao društveno odgovornog poslodavca, a njezin je iznos u skladu s finansijskim mogućnostima kompanije. (Natalya Mostovaya)

**Hoće li ove godine biti isplaćen godišnji bonus za povećani obujam rada? (Kaluga)**

S obzirom na utjecaj krize izazvane pandemijom virusa COVID-19 i privremenog zaustavljanja proizvodnje, bonus se ove godine neće isplaćivati. Unatoč predviđanjima i padu automobilskog tržišta, osigurali smo finansijsku stabilnost kompanije i povećanje plaća na temelju stopa inflacije i radnog staža zaposlenika. (Nino Kaćanski)

**Hoće li situacija s virusom COVID-19 utjecati na rad tvornice u 2021. godini?**  
**Hoće li se rad tvornice opet zaustaviti kao u travnju 2020.? (Kaluga)**

Epidemiološku situaciju nemoguće je predvidjeti, ali kao odgovoran posloda-

vac svakodnevno pratimo preporuke i smjernice nadležnih tijela te prognoze svojih kupaca. Vjerujemo kako zaustavljanja proizvodnje i gospodarstva više neće biti. (Nino Kaćanski)

**Postoji li mogućnost dostavljanja obračuna plaća u elektronskom obliku zaposlenicima koji koriste računalno tijekom radnog vremena? Uštedjelo bi se na papiru, a tajnost podataka mogla bi se očuvati šifriranjem dokumenta. Ovo bi moglo također pozitivno utjecati na porast ocjene EcoVadis. (Solin)**

Projekt slanja obračunskog lista elektroničkom poštom u fazi je izrade i bit će završen do kraja godine, o čemu će svi zaposlenici biti pravovremeno obavijesteni. (Sanja Kulić)

**Kada će biti napravljene funkcionalne tuš kabine? (Kaluga)**

Ugradnja tuš kabina predviđena za ovu godinu, zbog situacije izazvane pandemijom, uvrštena je u planove za iduću godinu i bit će realizirana za vrijeme kolektivnog godišnjeg odmora. (Nino Kaćanski)

**Hoće li ove godine biti novogodišnje domjenka u tvornici za djecu i zaposlenike? (Kaluga)**

S obzirom na epidemiološku situaciju, nije u planu organizacija takve vrste događaja. (Nino Kaćanski)

**Na koji način AD Plastik motivira svoje djelatnike kako ne bi odlazili u druge firme? (Zagreb)**

AD Plastik Grupa svojim etičkim i odgovornim poslovanjem prije svega stvara motivirajuće poslovno okruženje na zadovoljstvo svih svojih zaposlenika. Svi zaposlenici imaju jasno postavljenja očekivanja i odgovornost na svojim radnim mjestima, nagrađuju se njihova zalaganja i izvrsnost te im je omogućen osobni razvoj. Tome u prilog govore projekti nagrađivanja zaposlenika, brojne potpore, nagrade, bonovi te stalna ulaganja u stručne edukativne programe i cjeloživotno obrazovanje. Razvojne aktivnosti ljudskih potencijala primarno usmjeravamo na kontinuirano podizanje razine zadovoljstva svojih zaposlenika. (Mira Pavić)

**Razmišlja li firma omogućiti radnicama s preko trideset godina radnog staža i noćnih smjena u proizvodnji lakša radna mjesta? (Solin)**

Svim dugogodišnjim zaposlenicima iskazuјemo svoju zahvalnost za njihovu lojalnost i doprinos kompaniji na različite načine. Na radna mjesta koja pripadaju kategoriji lakših poslova primarno se usmjeravaju zaposlenici sa zdravstvenim poteškoćama te oni starije životne dobi. Zbog ograničenog broja takvih radnih mjesta, nažalost nije ih moguće osigurati svim zaposlenicima starije životne dobi. O ravnomjernoj raspodjeli poslova u proizvodnji kontinuiranu brigu vode rukovoditelji proizvodnih pogona. (Mira Pavić)



## Predložite, komentirajte, pitajte!

Svoje komentare, prijedloge i pitanja ubacite u ADP Sandučić ili pošaljite na e-adresu:  
[sanducic@adplastik.hr](mailto:sanducic@adplastik.hr)





# Ništa nije nemoguće

## Denis Boriskin

Voditelj projekata Denis Boriskin rođen je u Kalugi gdje se uvijek najradije vraća nakon svojih putovanja. Iako voli posjećivati različite krajolike diljem svijeta, posebice toplije krajeve, najdraže mu je upoznavati i otkrivati ljepote rodne mu zemlje i to osobnim automobilom.

Denis je diplomirani inženjer strojarstva odgajan u obitelji inženjera pa tako prilikom odabira fakulteta nije imao mnogo dvojbi ni opcija. Školovao se u Kalugi gdje je i rođen, a za svoj rodni grad ističe kako se puno promjenio posljednjih godina i to nabolje. Na završnim godinama njegovog studija, započela je u Kalugi izgradnja mnogih stranih tvornica vezanih za automobilsku industriju. VW, PSA, Gestamp, Magna, Bentele, Faurecia bile su neke od kompanija koje su otvarale svoje pogone i već je tada znao kako želi raditi za jednu od njih. „U usporedbi s ruskim tvornicama, razlika u pogledu radnih uvjeta i plaća bila je ogromna. Nakon studija pokušao sam pronaći posao u jednoj od tih tvornica i na kraju sam se zaposlio kao inženjer logistike u tvornici PSA. Potpisao sam ugovor o radu na određeno vrijeme za potrebe pokretanja projekta. Tada sam shvatio kako je upravo uvođenje projekata u serijsku proizvodnju ono što želim raditi. To je jako zanimljiva faza u realizaciji projekata, drugačija od serijske proizvodnje. Svaki je dan potrebno rješavati nove zadatke, truditi se, trošiti energiju, ali je zadovoljstvo kad vidiš gotov proces i proizvod nemjerljivo,“ priča nam Denis.

Kao voditelj projekta za novi proizvod Volva, boravio je tri mjeseca u Švedskoj i to mu je bilo značajno iskustvo i životna škola. Shvatio je ogromnu razliku između turizma i imigracije, a ujedno je i privatno prolazio jedan od najtežih testova. „U to sam se vrijeme pripremao za vjenčanje i bio je to jedan od testova za mene i moju buduću suprugu, ali uspješno smo ga prošli. Prva tri tjedna u Švedskoj bila su privikavanje, moje na Švedane i njihovo na mene. Švedani su tolerantniji od nas i pozitivan su narod koji puno vremena posvećuju svojem zdravlju. Moderno su društvo i poznate je stereotipe teško primijetiti. Tada sam shvatio kako mi je super otići na odmor dva do tri tjedna bilo gdje, Tajland ili Vijetnam, ali ipak najviše volim živjeti u Rusiji,“ kazuje nam.

AD Plastik timu pridružio se prije gotovo dvije godine i već je sudjelovao u pokreta-

nju niza projekata za Volkswagen Grupu. Svoj radni dan započinje pregledom elektronske pošte i provjerom statusa realizacije zadataka prethodnog dana. „Zapravo, ja sam spona između pogona i odjela razvoja. U kontaktu sam sa svim voditeljima projekata. U mojoj timu nema zaposlenika pa koristim resurse ostalih timova, odjela tehnologije, kvalitete i logistike. S kolegama iz odjela tehnologije uvijek je lako raditi, izvršavaju sve potrebne aktivnosti u zadanom vremenskom okviru i svi su usredotočeni na konačni rezultat. A meni to jako odgovara,“ vrlo ozbiljno nam pojašnjava Denis.

Svaki je dan potrebno rješavati nove zadatke, truditi se, trošiti energiju, ali je zadovoljstvo kad vidiš gotov proces i proizvod nemjerljivo.

Svoje slobodno vrijeme najviše pokušava provoditi s obitelji, a obožava putovanja, kupovinu, ribolov i ponajviše zabavna druženja s prijateljima. Kad mu ostane vremena za pasivniji odmor, rado ga provodi uz knjige epske fantastike ili filmove Quentin Tarantina i Guya Ritchieja. Voli

putovati i upoznavati tople zemlje s plažama koje nude aktivan odmor, ali isto tako uživa putovati Rusijom i to vlastitim automobilom. Provozio ju je uzduž i poprijeko, a uvijek se rado vraća južnom i sjevernom Uralu, Kavkazu, Tatarstanu i južnom dijelu središnjeg federalnog okruga Rusije. „Kad putuješ po Rusiji, ljudi se mijenjaju od regije do regije: negdje su ljubazniji i susretljiviji, negdje agresivniji. Možda je to posljedica promjene okoline, a možda i promjene životnog standarda. Što se više udaljavaš od središnjeg federalnog okruga, sve veća je urbanizacija i sužava se područje prirodnih ljepota. Želim otići u Irkutsk i posjetiti Bajkalsko jezero jer mislim kako se upravo tamo može vidjeti nevjerojatnu prirodu koje više nema u svakodnevnoj rutini,“ govori Denis. Tijekom putovanja iz njegovog automobila uvijek dopiru zvuci glazbe, od rocka, heavy metala, RAP-a ili D&B-a. Izbor ovisi o njegovom trenutnom raspoloženju.

Njegov je životni moto kako ništa nije nemoguće i to svojim primjerom svakodnevno pokušava dokazati. On je jedan od onih koji je uvijek spremjan pokušati. To je moto koji vrijedi preslikati.





# Poslovna tajna kao intelektualno vlasništvo

Konvencionalno je pravo intelektualnog vlasništva isključivo pravo na nematerijalnom intelektualnom dobru koje se može štititi formaliziranim procesima registracije pred nacionalnim i međunarodnim tijelima. Poslovna tajna kao intelektualno vlasništvo predstavlja relativno novi koncept u zakonodavstvu, a instrumenti njezine zaštite su specifični.

Pravo intelektualnog vlasništva u užem smislu obuhvaća autorska i srodnih prava s jedne strane, a s druge industrijsko vlasništvo koje se štititi patentiranjem, žigom i zaštitom industrijskog dizajna. U svakom slučaju, radi se o isključivim pravima koja prepostavljaju pravo nositelja na isključivo iskorištavanje predmeta zaštite u određenom razdoblju i mogućnost sprječavanja svakog trećega da se njime koristi.

Primjerice, AD Plastik je registracijom pred Svjetskom organizacijom za intelektualno vlasništvo (WIPO) zaštitio industrijski dizajn vodilice prozorskog stakla na teritoriju Europske unije, a pred Državnim zavodom za intelektualno vlasništvo, kao i na međunarodnoj razini, žigom je zaštićen logo kompanije.

Snaga takvih oblika zaštite intelektualnog vlasništva uvelike ovisi o sustavu nacionalnih i regionalnih regulativa. Brojna istraživanja pokazuju kako se svjetske kompanije sve češće odlučuju na tzv. neformaliziranu zaštitu svog intelektualnog vlasništva - zaštitom poslovne tajne.

Zaštitom poslovne tajne ne ostvaruje se isključivo pravo kao što je to slučaj s patentima ili žigovima, ali nositelji poslovne tajne ostvaruju određeni stvarni monopol nad njezinim sadržajem sve dok je drže tajnom.

Konkretnе informacije koje mogu biti poslovna tajna u smislu intelektualnog vlasništva primjerice su *know-how*, sastojci proizvoda, sadržaj ugovora, poslovna politika, popis kupaca, uzorci, točnije sve informacije pod uvjetom da su tajne i predstavljaju određenu prednost pred konkurenjom na tržištu.

Poslovna tajna ne mora uvijek biti intelektualno vlasništvo. Kako bi se poslovna tajna ostvarila kao oblik intelektualnog vlasništva, ustaljenog naziva *trade secret*, mora kumulativno ispunjavati tri uvjeta:



- u svojoj ukupnosti ili točnoj strukturi i sklopu svojih sastavnih dijelova mora biti tajna, odnosno ne smije biti općepoznata ili lako dostupna osobama iz krugova koji se obično bave tom vrstom informacija
- mora imati tržišnu (komercijalnu) vrijednost
- poslovni subjekt koji je kontrolira mora poduzeti određene razumne korake kako bi se sačuvala njezina tajnost.

*Business secret* širi je pojam od *trade secreta*, a obuhvaća i druge vrste povjerljivih informacija koje nisu intelektualno vlasništvo. Upravo drugi uvjet koji se odnosi na komercijalnu vrijednost, razgraničava ova dva pojma.

Poslovne tajne kompanije mogu se čuvati na razne načine. Zakon o zaštiti neobjavljenih informacija s tržišnom vrijednosti iz 2018. sugerira kako ti načini mogu uključivati, primjerice, izradu internog akta o rukovanju poslovnom tajnom ili

mjere fizičke ili virtualne zaštite pristupa i rukovanja poslovnom tajnom. Zakon ne propisuje konkretnе postupke kojima bi se poslovna tajna zaštitila unutar određene kompanije, osim kriterija "razumnih koraka".

U konačnici, na svakom je poslovnom subjektu odluka hoće li svoja nematerijalna dobra štititi neformalnom poslovnom tajnom ili registracijama. Pri odabiru zaštite važno je uzeti u obzir sam predmet zaštite, sve okolnosti konkretnog slučaja te prednosti i mane formaliziranih i neformaliziranih oblika zaštite, a pod određenim okolnostima mogu se kombinirati formalizirani oblici zaštite sa zaštitom poslovne tajne.

Zaštitu poslovne tajne relativno je nov koncept koji s jedne strane nudi lako primjenjivu zaštitu bez potrebne formalne registracije, ali o stvarnom rasponu i učinkovitosti te zaštite sudska se praksa još nije iskristalizirala.

**Tea Lokas**



# AD Plastik Grupa na Bloombergu

U modernom svijetu društveno odgovorno poslovanje naprosto je nužno za opstanak, a tome u prilog govori i činjenica kako investitori sve više razmišljaju o tome prilikom ulaganja. Tako se u finansijskoj javnosti sve češće može čuti o značaju odgovornog ulaganja ili ESG pokazatelja.

Relativno novi trend odgovornog ulaganja podrazumijeva prakse koje uključuju ESG pokazatelje prilikom donošenja odluka o investiranju. ESG je skraćenica za *Environmental, Social i Governance factors*, odnosno sastoji se od okolišnih, društvenih i upravljačkih pokazatelja. To su nefinansijske informacije koje mogu imati finansijski značaj na poslovanje kompanije.

AD Plastik Grupa već dugi niz godina objavljuje nefinansijske izvještaje i to prema GRI standardima koji uključuju izvještavanje o ESG pokazateljima, točnije savjetuju koje pokazatelje i na koji način prikazati. Takvim je načinom izvještavanja moguće pratiti napredak u pojedinim područjima i samim time povećati privlačnost kompanije.

Nefinansijske informacije postaju gotovo jednako važni parametri investitorima kod evaluacije ulaganja kao i finansijski podaci o poslovanju kompanije, a one kompanije koje imaju razvijenu društveno odgovornu praksu postaju atraktivnije za ulaganje.

U svijetu raste osviještenost ulagača o utjecaju ESG čimbenika na ostvarene povrte, a time i potreba za sve većom

transparentnošću kompanija u pogledu utjecaja na društvo i okoliš. Tako je u zapadnoj Europi posljednjih godina u porastu udio imovine pod upravljanjem investicijskih fondova koji ulažu u održiva ulaganja. I regulatori tržista kapitala sve više naglašavaju kako je odgovorno ulaganje sastavni dio usluge upravljanja imovinom.

AD Plastik Grupa odavno je prepoznala važnost nefinansijskog izvještavanja, ali je odnedavno njezin ESG rezultat dostupan i na globalnoj Bloomberg platformi. Tako su nefinansijske informacije postale još vidljivije investicijskoj javnosti. ESG rezultat AD Plastik Grupe na Bloomber-

gu za 2019. godinu iznosi 55,37 od mogućih 100 bodova i najbolji je rezultat u okruženju prema analizi Interkapitala. Ova analiza pokazuje kako kompanije u našem okruženju još uvijek ne posvećuju dovoljno pažnje ESG praksama ili možda svoje informacije ne objavljaju na nekoj od platformi koje su izvor ESG analiza.

Metode ESG ocjenjivanja različite su, ovisno o izvorima, ali nedvojben je značaj društveno odgovornog poslovanja. Iako je jedna od poželjnijih kompanija po ESG pokazateljima, AD Plastik Grupa i u budućnosti će nastaviti stalna poboljšanja i unaprjeđenja u ovom području.



## Indeks DOP-a

AD Plastik Grupa i ove je godine dobila nagradu Indeks DOP-a, a ovaj puta u kategoriji Društveno odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava koju je u ime kompanije primio član Uprave za proizvodnju, logistiku i kvalitetu **Ivan Čupić**.

„Zaštita ljudskih prava, raznolikost i politika jednakih mogućnosti dio su korporativne kulture koju svakodnevno živimo. Pošteno poslovanje, sigurni uvjeti rada, obrazovanje i poštivanje ljudskih prava samo su neke od vrijednosti koje kontinuirano promičemo unutar kompanije. Kada

to prepoznaje i stručna javnost, onda nam je to dodatni poticaj da nastavimo biti još bolji,“ izjavio je Čupić zahvalivši se na nagradi. AD Plastik Grupa kontinuirano

promiče raznolikost, nediskriminaciju i uključivost na radnom mjestu i među prvim je kompanijama u Hrvatskoj koje su potpisale Povelju o raznolikosti.





# Fake News

Fake news ili lažne vijesti termin je za koji ste posljednjih godina zasigurno mnogo puta čuli. Postala je to gotovo poštupalica mnogim javnim osobama. Laži se u pravilu višestruko brže šire od istine, a zahvaljujući digitalnom dobu takve vijesti duže i žive. A svima nam je poznato ukoliko se neka laž dovoljno puta ponovi, ona postaje istina. Zato lažne vijesti mogu biti opasne za našu budućnost, život ili zdravlje.

Običnom je čitatelju u moru dostupnih informacija teško prepoznati lažne vijesti, posebice ukoliko njihov sadržaj odgovara onome što oni žele čuti. Lažne vijesti su namjerno izmišljene priče koje za cilj imaju manipulaciju ili krivo informiranje čitatelja kako bi ga dovele u zabludu. Za razliku od pogreške u izvještaivanju, lažna vijest podrazumijeva svjesno dezinformiranje javnosti.

Lažne vijesti postoje dugo, ali donedavna nismo ozbiljno razmišljali o njihovim posljedicama. Izraz *fake news* najviše je popularizirao Donald Trump, a upravo je od početka njegove prve predizborne kampanje korištenje ovog termina značajno poraslo. Doduše, Trump je pomalo iskrivio stvarno značenje ovog izraza, ali to je za neku drugu temu. Sredinom izborne 2016. godine američki su medijski prostor preplavljen lažne vijesti s portala koji su bili registrirani u gradiću Veles u Makedoniji. Najčitanije su upravo bile lažne vijesti s mnogobrojnih portalova kojima su upravljali makedonski tinejdžeri. Iako oni nisu bili previše zainteresirani za američku politiku, zarađivali su popriličnu svotu novca na Facebooku. 'Papa Franjo šokirao svijet, podržao Donalda Trumpa', jedna je od najpoznatijih lažnih vijesti za vrijeme tih izbora. Algoritmi na društvenim mrežama prepoznaju ovakvu vijest kao zanimljivu i nude ih svojim korisnicima. Po mnogima, upravo su lažne vijesti bile jedino objašnjenje Trumlove pobjede na predsjedničkim izborima.

Provjerite tko je autor teksta, tko šalje ili objavljuje, za koga i zbog čega, može li nekom vijest štetiti ili koristiti, nedostaju li neke važne informacije, koje se osobe spominju u tekstu i što o toj temi kažu ugledni portali.

S velikom količinom lažnih vijesti suočavali smo se globalno i tijekom pandemije, a Svjetska je zdravstvena organizacija nedugo nakon njezinog izbijanja poplavu

dezinformacija na internetu i u medijima nazvala 'infodemijom'. Prenošenje lažnih vijesti nekada može biti jednako opasno ili čak opasnije od izmišljanja same vijesti. Autori lažnih vijesti su anonimni i ako se ona pojavi na nekom malom portalu, njezin učinak nije velik. Međutim, ukoliko je prenesu ozbiljniji mediji ili osobe kojima vjerujete, učinak se višestruko povećava. Ljudi najčešće prosljeđuju dezinformacije ne kako bi nekom naudili, nego naprsto nisu dovoljno usmjereni na otkrivanje točnosti takvih informacija. No, učinak širenja dezinformacija je razoran.

Postoji nekoliko znanstvenih objašnjenja zašto vjerujemo lažnim vijestima, a sva

se bave time kako razmišljamo. Sukladno vlastitim vjerovanjima i mišljenjima, odnos i tumačenja određenih informacija su pristrana. Neke se informacije prihvataju jer su u skladu s osobnim razmišljanjima ili uvjerenjima pojedinca pa ih neće propitkivati niti o njima kritički promišljati. Još je jednostavnije prihvati netočnost ako dolazi od osoba ili organizacija kojima su inače skloni. Većina čitatelja, gledatelja ili slušatelja prati samo one portale ili tiskovine koji produciraju sadržaj koji im je blizak i zvuči im poznato. I ništa ih drugačije od toga niti ne zanima.

Osobe sklonije razmišljanju stoga obično bolje prepoznaju lažne vijesti. Ukoliko





nismo angažirani oko neke teme, gotovo automatski prihvaćamo ono što nam je servirano jer nismo previše zainteresirani. Ali ako odvojimo vrijeme za razmišljanje, bolje ćemo prepoznati lažne vijesti.

Većina čitatelja, gledatelja ili slušatelja prati samo one portale ili tiskovine koji produciraju sadržaj koji im je blizak i zvuči im poznato.

Ogromna količina istovremenih informacija i zahtjevi za brzim reakcijama stvaraju nam zasićenost zato najčešće preletimo vijesti radeći istovremeno još nešto. Potrebno je nakratko osloboditi svoje kapacitete i razmisliti o vijestima kako ne bismo nasjeli. Također, razmišljanje vođeno osjećajima češće dovodi do vjerovanja lažnim vijestima. One se plasiraju tako da budu provokativne, privuku pozornost i pobude emocije.

Jedan od načina kako zaustaviti širenje lažnih vijesti ili barem na njih ne na-

sjedati provjera je njihove točnosti kod većeg broja ljudi. Provjerite tko je autor teksta, tko šalje ili objavljuje, za koga i zbog čega, može li nekom vijest štetiti ili koristiti, nedostaju li neke važne informacije, koje se osobe spominju u tekstu i što o toj temi kažu ugledni portalni. Ako ne možete provjeriti izvor, vjerojatno se radi o lažnoj vijesti. Prije prosljeđivanja bilo kakve vijesti razmislite još jednom je li točna jer širenjem dezinformacija postajete suodgovorni.

Iako su moderne tehnologije na neki način omogućile bujanje lažnih vijesti, u javnosti se sve više govori o opasnosti ma njihovog širenja. Stoga globalni igrači ulažu dodatne napore u sprječavanje širenja lažnih vijesti. Facebook se prošle godine udružio s vanjskim provjeravateljima činjenica diljem svijeta kao jedan od načina borbe protiv netočnih informacija. Tako je primjerice njihov partner u Hrvatskoj Faktograf.hr koji se već nekoliko godina bavi provjerom i ocjenom točnosti navoda u medijima. Više nego ikad Facebook je usmjeren na prikaziva-

nje što manje dezinformacija, osobito u vezi COVIDA-19. U Washington Postu je objavljeno kako je između travnja i lipnja s Facebooka i Instagrama uklonjeno sedam milijuna objava s dezinformacijama o koronavirusu. U istom je razdoblju još 98 milijuna postova označeno kao objave koje mogu zavarati.

U borbi protiv dezinformacija, predsedan je i nedavno uklanjanje jednog posta predsjednika Trumpa od strane Twittera. Tijekom ovogodišnjih izbora u Americi, Twitter je najavio i uklanjanje twitova koji pozivaju na ometanje američkog izbornog procesa ili provedbe izbornih rezultata, uključujući i korištenje nasilja. Instagram je u vrijeme održavanja predsjedničkih izbora također najavio uvođenje promjena u svojoj platformi za američke korisnike, a sve radi sprječavanja širenja lažnih vijesti.

Bilo kako bilo, protiv lažnih vijesti se vrlo teško boriti jer kad jednom krenete s takvom praksom, teško je stati.



Hrvatska je početkom listopada dobila Muzej lažnih vijesti, u prvoj fazi zamišljen kao web stranica sa svjedočanstvima novinara i znanstvenika, bazom lažnih vijesti, alatima za razvoj medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja te prepoznavanje i borbu protiv *fake newsa*. Začetnik projekta hrvatskog Muzeja lažnih vijesti Lordan Prelog, nekadašnji novinar i urednik, a sadašnji postdiplomant doktorskog studija informacijsko-komunikacijskih znanosti na zagrebačkom Filozofском fakultetu, ističe kako je taj projekt ujedno i svojevrsni doprinos globalnoj borbi protiv dezinformacija koje su, kako ocjenjuje, iznimno velika opasnost za demokraciju i razvoj otvorenih društava.





# Provedimo blagdane sigurno

S obzirom na okolnosti koje nam je nametnula pandemija, nema idealnijeg okruženja za nadolazeće blagdane od vlastitog doma, svakodnevno nam ukazuju stručnjaci. Nakon svih ovih silnih mjeseci izolacije, tjeskobe, straha i ekonomskih neizvjesnosti, vjerojatno nam se to ne čini tako savršenim. Većina ljudi čezne za zagrljajima, opuštenim druženjima, plesom i pjesmom. Nažalost, stvarnost je takva da velika druženja, okupljanja i putovanja u ovim okolnostima nisu poželjna opcija i mogu imati ozbiljne posljedice. Zato se trebamo prilagoditi i iskazati ljubav prema svojim prijateljima i obitelji tako da ih sačuvamo. Ali upravo nam to daje mogućnost da budemo još kreativniji i romantičniji. Načinite ove blagdane zabavnima i zanimljivima sebi i svojim najbližima.

## Savjeti koji mogu pomoći ili barem potaknuti kreativnost

- Organizacija druženja u zatvorenom je ograničena i rizična, stoga na vrijeme razmijenite recepte sa svojim najmilijima, dogovorite razmjenu hrane i organizirajte zajednička druženja putem online platformi.
- Ako imate sreću i živate u toplijoj klimi, organizirajte druženja na otvorenom jer ona su svakako sigurnija. Naravno, u ograničenom broju.
- Stvorite zajedno sa svojim ukućanima najkreativnije blagdansko okruženje u svom domu, napravite najljepše ili najneobičnije ukrasno drvce do sada. Izradite posebne ukrase, ali ne zaboravite navući blagdansko ruho i na svoje prozore, terase i balkone jer ćete sigurno razveseliti nekog od slučajnih prolaznika.
- Uskočite u auto sa svojim ukućanima, raspalite božićnu glazbu, provozajte se uokolo i razgledajte blagdanske ukrase.
- Budite što više na otvorenom, organizirajte izlete, zimske šetnje, planinarenja ili sanjkanja na mjestima gdje nema puno ljudi. Osmislite prave male obiteljske avanture.
- Razmijenite poklone s prijateljima i širom obitelji putem pošte ili dostave, pripremite im mala iznenađenja.
- Posvetite vrijeme pisanju poruka i pisama osobama koje su vam važne, pokazite koliko vam je stalo i izmamite im osmijeh na lica. Ovog je puta vrijeme na vašoj strani.
- Isprobajte neke nove recepte i podijelite svoja iskustva s prijateljima.
- Napravite blagdanske kolačiće sa svojim ukućanima, upakirajte ih i razmijenite s prijateljima. Dostava neka bude bez kontakta. Samo je nebo granica kreativnosti.
- Snimite obiteljske božićne čestitke, počašte svoje glumačke, pjevačke i plesačke sposobnosti.
- Uzmite neku dobru knjigu, šalicu čaja ili omiljenog pića, ugodno se smjestite i uživajte. Ili uvedite zajedničko vrijeme za čitanje s ukućanima i raspravljajte o dojmovima. Može biti jako zanimljivo.
- Izazovite svoje ukućane, razbacajte jastuke, udobno se smjestite i uživajte u prazničnom filmskom maratonu.

- Organizirajte virtualna tematska druženja s prijateljima. Izradite kreativne pozivnice, pripremite potrebne rezerve, odjenite se prikladno i započnite svoje virtualno putovanje.
- Pomozite susjedima ili onima potrebitima. Puno je organizacija kojima se možete obratiti kako biste pomogli, a istovremeno bili sigurni.
- Nazovite prijatelje ili poznanike koji su usamljeni ili bolesni, pošaljite im kolačiće i razgovarajte s njima. Sigurno ćete ih razveseliti, a i vi ćete se osjećati dobro.
- Iskoristite blagdane za dugo zimsko spavanje. Svi smo umorni od ove pandemije i naš mozak uistinu zaslужuje predah.
- Suzdržite se od zagrljaja i poljubaca, ima puno načina da iskažete svoju ljubav.





# Blagdanske preporuke

Kako bismo vam uljepšali blagdane i olakšali izbor, odabrali smo nekoliko naslova koji bi vam mogli biti zanimljivi. Članovi vašeg uredišta odbora jednoglasno su se složili kako ponuda mora sadržavati za svakog ponešto, a većinskim su izglasavanjem odabrani naslovi.

**„Mali hotel na Islandu“** autorice Julie Caplin pravo je štivo za opuštanje. Kad uzmete ovu knjigu, ne ispuštaćete je iz ruke. Uz nju ćete pobjeći u najudobniji maleni hotel na Islandu gdje će vam srce ugrijati ljubav, topao kamin i polarna svjetlost... Upoznajte Lucy koja bježi od života u Engleskoj i prihvata posao upraviteljice hotela Northern Lights na Islandu kojeg želi pretvoriti u najromantičnije odredište. Pojavljuje se tamo i šarmantni škotski barmen Alex... a dalje saznajte sami.

**„40 pravila ljubavi“** turske spisateljice Elif Safak, maštoviti je roman u kojem se isprepliću dvije usporedne priče – jedna suvremena i druga smještena u trinestom stoljeću. Roman slijedi Ellu Rubinstein, Amerikanku koja istražuje svoj život i koncept ljubavi kroz život čuvenog sufija i pjesnika Rumija. Obje priče zajedno utjelovljuju Rumijevu bezvremensku poruku ljubavi. Natjerat će vas na razmišljanje.

Film **„Contratiempo“** (The Invisible Guest) misteriozni je i dinamični triler poznate španjolske škole filma koji je režirao Oriol Paulo. Dok sat otkucava, uz pomoć

stručnjaka za pripreme svjedoka, uspješan poduzetnik, optužen za ubojstvo, ima manje od tri sata kako bi došao do neprolazne obrane. Film će vam donijeti kvalitetno i osvježavajuće filmsko iskustvo koje ćete sigurno ispratiti u jednom dahu.

**„Irac“** (The Irishman) remek-djelo je neponovljivog Martina Scorseseja u kojem se u glavnim ulogama pojavljuju dva najbolja glumca u povijesti, Al Pacino i Robert De Niro, uz brojna druga imena poput Joea Pescija, Ray Romana, Bobbyja Cannavalea i Harveyja Keitela. Priča je to o „soboslikaru“ Franku Sheeranu, znamom kao Irac, i njegovoj karijeri mafijaškog ubojice koja je kulminirala i danas nerazjašnjenim ubojstvom moćnog, ali korumpiranog sindikalnog vođe Jimmyja Hoffe.

**„Socijalna dilema“** (The Social Dilemma) dokumentarac je koji morate pogledati. Režiser Jeff Orlowski dovodi nam stručnjake koji su radili u samom vrhu Facebooka, Googlea, Instagrama, Twittera, Pinteresta i drugih mreža. Prijenosni zaposlenici, koji su odustali na vrhuncu karijere zbog etičkih razloga, govore o tome kako su sami sudjelovali u kreiranju distopijskog čudovišta koje nas, kako tvrde, kontrolira sto posto vremena.

**„Nula, nula, nula“** (Zero, zero, zero) nova je Amazonova serija čiji su kreatori Talijani Leonardo Fasoli, Mauricio Katz i Stefano

Sollima. Pošiljka kokaina putuje u Europu, počevši od trenutka kada moćni kartel talijanskih kriminalaca odluči da ga kupi, kroz putovanje kroz Meksiko, do njegove pošiljke preko Atlantskog oceana. Serija nudi perspektivu globalnog narko kriminala, s uvidima u ekonomiju i logistiku dobave, preko proizvođača i posrednika, do prodavača, te uz razne usputne sudionike. Tema je već poznata, ali uvijek zanimljiva za gledanje.

Nova HBO serija **„Slom“** (The Undoing) ima sva uobičajena obilježja trilera put bogatog bračnog para, zavodljivog neznanca i ubojstva, ali ono što će vas stvarno prikovati za ekran sjajna je gluma holivudske zvijezde Hughha Granta i Nicole Kidman. Susanne Bier redateljica je ove vrlo intrigantne priče o raspadu savršenog života garniranog svirepim zločinom.

Ako se, pak, ne želite prikovati za ekrane, možete pokušati s društvenim igrama. Jedna od manje raširenih, ali nadasve zanimljivih je **Catan**. Moderna je to društvena igra u kojoj ćete istaknuti svoje trgovачke i taktičke vještine jer one najviše utječu na pobjedu. Dobro, potrebno je i malo sreće. Igrači na otoku Catan grade svoje ceste, naselja i gradove skupljajući resurse koje im otok nudi u svakoj rundi. Pobjednik je onaj koji prvi skupi 10 bodova, a bodove donose izgrađena naselja i gradići. Društvena igra na ploči i dalje ima svoje draži, provjerite.

Vjerujemo kako će Vam se nešto od navedenog svidjeti i svakako ne zaboravite sadržaj za svoje najmanje. Naša je preporuka da zajedno, još jednom, pročitaće **Malog princa**, knjigu za sva vremena i generacije.

Ne zaboravite pripremiti i omiljenu glazbu uz koju se najbolje opuštate, ali imajte spremne i glazbene brojeve uz koje volite zaplesati ili naprsto podivljati. Uživajte, opustite se i ne skidajte osmijeh s lica. To nam nitko ne može oduzeti.

Šaljite nam fotografije i podijelite s nama svoje blagdanske priče.

Čuvajte se, budite odgovorni i ostanite zdravi.

Želimo Vam nezaboravne, kreativne i vesele blagdane!

**Vaš uredišta tim.**



---

**Your needs. Our drive.**

