

Časopis podjetja Ilirija

št. 3, december 1997

# ILIRIJA

- Ilirija Niš
- Analiza barvil za kozmetične in kemijske izdelke
- Kreativnost v proizvodnji
- London po Londonu '97
- Sejem, bil je živ





# STIČIŠČE

*Priveditev London po Londonu je popestril nastop Marte Zore  
Pričeska: Peter Klinc  
Make up: Matjaž Rogale  
Foto: Goran Bertok*

## UVODNIK

Preobrazba Ilirije v delniško družbo, ki smo jo z večjo ali manjšo nestrpnostjo pričakovali več let, se je dogodila. Ilirija je bila konec oktobra vpisana v sodni register kot delniška družba. Podjetje, ki je bilo leta 1946 Ivanu Rozmanu zaplenjeno na podlagi sodbe sodišča je družini Rozman, po razveljavitvi omenjene sodbe (v letu 1992), vrnjeno v skladu z Zakonom o izvajanju kazenskih sankcij. Po 145. členu tega zakona so dediči upravičeni ne samo do vračila premoženja, ki bi ustrezalo takratni vrednosti podjetja, ampak tudi do vseh morebitnih dobičkov, ki bi jih podjetje ustvarilo od leta 1946 pa do danes. Cenitev Ilirije, ki jo je opravilo podjetje P&S je pokazala, da bi bilo podjetje Golob & Co. danes vredno več od Ilirije. Osnovni kapital podjetja, ugotovljen z otvoritveno bilanco je v obliki delnic v naslednjih "rokah": malo manj kot 85% ima družina Rozman, nekaj manj kot 15% zaposleni v Iliriji na dan 30.6.1994 in 0,8% podjetje Belinka d.d.. Da smo tudi zaposleni postali solastniki podjetja pa je rezultat sodne poravnave, ki je bila leta 1995 opravljena med družino Rozman, Republiko Slovenijo in Ilirijo. Devetdeseta leta so državam vzhodnega bloka prinesle politične in gospodarske spremembe. Nekaterim prej, drugim kasneje. Nekaterim mirneje, drugi so jih "plačali" tudi z vojno. Prišel je čas sprememb in oblikovanja novih poti v prihodnost. To pa je pogled obrnilo tudi nazaj, v polpreteklo zgodovino. Na površino so vzniknile zgodbe tistih, ki so to

obdobje doživeli kot krivično. Zgodbe, nikoli pozabljene v srcih tistih, ki so bili z njimi povezani in globoko potlačene v mislih tistih, ki so v tem času krojili narodovo zgodovino. Demokratizacija družbe se odvija tudi ob upoštevanju tega. Denacionalizacije in poprave krivic so poleg ostalih družbenih sprememb v obdobju tranzicije, kot popularno imenujemo čas v katerem živimo, pri mnogih ljudeh vzbudile razmišljanja o pravici in krivici.

Objektivno pravico definirajo družbene norme, ki se spreminjajo s časom in prostorom. Subjektivna, psihološka pravica, pa je pravica oziroma doživljanje pravičnosti vsakega posameznika. Doživljanje tistega, ki mu je država, po njegovi oceni, v nekem obdobju, krivično odvzela skoraj vse, kar je v življenju ustvaril in mu spremenila položaj v družini in družbi je lahko podobno doživljanju tistega, ki si je svoj položaj ustvarjal v socialističnih časih, v času prepričanja, da je "vse naše". Vsak od njih ima zase svojo pravico in vsak v svojem času doživljata krivico ali občutke krivičnosti.

### **Ko se soočamo s subjektivnim doživljanjem krivice so nam odprte tri možnosti izbire:**

- situacijo sprejmemo;
- situacijo poizkušamo spremeniti;
- situacije ne sprejmemo in jo zapustimo.

Vse naštetje možnosti nam omogočajo normalizacijo življenja in čustvenega doživljanja. Problem pa nastopi v primeru, ko situacije ne sprejmemo, ne vidimo možnosti, da bi jo zapustili ali pa je

### nočemo zapustiti.

Če to primerjamo s situacijo, ki smo jo verjetno vsi že kdaj doživeli v cestnem prometu, se prestavimo v križišče cest, kjer je cesta, ki ji pripisujemo psihološko prednost / ali zaradi njene velikosti ali morda trase/, označena kot neprednostna.

- če situacijo sprejmemo, bomo skozi križišče peljali brez težav;
- situacijo lahko poizkušamo spremeniti in se obrnemo na ustrezen organ oziroma službo, ki skrbi za varnost v prometu;
- če situacije ne sprejmemo, se tam ne vozimo več.

Če pa situacije ne sprejmemo in je ne zapustimo, ali pa te možnosti nimamo, ker ni druge poti, nas situacija privede v stanje frustracije in verjetnost, da pride do nesreče je povečana.

### **Izbira je tako stvar doživljanja, možnosti in presoje vsakega posameznika.**

Z lastninjenjem Ilirije se bodo v prihodnosti morda še ukvarjali strokovnjaki in ga kot redek primer ocenjevali z različnih zornih kotov. Ali bodo ocenjevali primer uspešnega ali neuspešnega podjetja pa je odvisno od jasno postavljenih ciljev in pravil "igre", ki jih pričakujemo od novega vodstva podjetja, v veliki meri pa je to odvisno od nas in naše izbire. Uspeh vsakega podjetja in s tem tudi Ilirije je tesno povezan z ljudmi, ki delajo v njem in z njihovimi željami za dolgo in uspešno poslovanje podjetja. Možnosti vsakega posameznika so različne, potrebno je razmisliti in se odločiti.

### **Čas je za izbiro poti!**

Saša Bezek



# ČAS SPREMEMB

Spoštovane sodelavke in sodelavci, čas prinaša spremembe. Načelno velja za vse nas, da je na vsako spremembo dobro najprej pogledati kot na priložnost. Z Novim letom bo v Iliriji z delom pričelo novo vodstvo, sam pa se od Ilirije in vseh vas po približno dvanajstih letih in pol dela, od teh nekaj nad osem let na vodilnem mestu, poslavljam. Ob tej priložnosti bi se rad vsem, še posebej pa vsem tistim, ki ste bili člani najožjega vodilnega tima, zahvalil za sodelovanje in razumevanje. Skupaj smo zmogli premagati veliko težav in problemov, da lahko danes na jubilejno leto 1998 zrete z optimizmom in zdi se mi, da prvič tudi brez skrbi za obstoj in socialno varnost. Za nami je "inflacijska kriza" leta 1989, blokade nakupov slovenskega blaga v letu '90, izguba 70% trga v jeseni '91, prodaje po principu "blago za blago" v letih '92 in '93, da bi v letu

'94 z močnim porastom prodaje v republikah bivše Jugoslavije dosegli spodnji nivo preživetja Ilirije. Od leta 1992 dalje (že prej pa s prodajo licence na Poljsko) so tekla tudi intenzivna prizadevanja za prodor na tuje trge in danes lahko z zadovoljstvom ugotavljam, da so rezultati na dveh najpomembnejših trgih, v Rusiji in na Poljskem, izredno spodbudni. Če k temu dodamo še izredne možnosti svečarskega programa v prihodnjem letu, lahko mirno zapišem, da se Ilirija s tem spreminja v igralca na evropskem trgu! Vmes so bili tudi drugi odlični rezultati: v letu '92 dokončanje objekta in preselitev dveh proizvodnih programov v novo tovarno v Lendavi; izjemno zahtevna in tvegana (čeprav tudi praktično izsiljena), a izredno uspešna zamenjava Kolestona za Triocolor v letu '95, ki naj bi drugo leto Iliriji prinesel že 25% prodajne realizacije, z vidika "pokritja" pa celo 28%. Pridobitev

mednarodnega ISO certifikata kakovosti v letu 1994, plod naših skupnih naporov pa so še mnogi drugi dosežki.

Zadnji v tej vrsti je uspešno zaključeno "lastninjenje", s katerim je Ilirija v enem delu postala tudi naša. Mislim, da je to podlaga, na kateri se lahko prizadevanja za še boljši položaj v prihodnosti dodatno povečujejo.

Kljub takšni zahtevni problematiki, ali pa morda prav zaradi tega, sem se vsakodnevnega dela in vašega sodelovanja veselil in sem na naše skupne dosežke ponosen.

Predvidevam, da bodo rezultati v prihodnosti ob odgovornem in pogumnem vodenju pravilnost naših usmeritev le še potrdili.

Na koncu naj se še enkrat zahvalim za razumevanje in potrpežljivo prenašanje posledic odločitev tudi v tistih časih, ki nam niso bili naklonjeni in predvsem za sodelovanje pri uresničevanju zamisli na poti k prej naštetim dosežkom ter vam zaželim mnogo podobnih tudi v prihodnje. V Novem letu 1998 pa predvsem zdravja in osebne sreče!

Rado Cerjak

*Časopis Stičiče, ki ga nekajkrat letno prejmete vsi zaposleni in upokojeanci Ilirije, izhaja od leta 1992. V teh petih letih je nastajal s sodelovanjem in tudi zaradi velike podpore generalnega direktorja Ilirije, gospoda Rada Cerjaka. V tem času so se nekateri njegovi pogledi in pogledi uredniškega odbora kdaj pa kdaj tudi razhajali, časopisa pa zato nismo pokopali ali siromašili. Za vso podporo pri našem delu se mu ob njegovem odhodu iskreno zahvaljujemo.*

*Uredniški odbor*



## Srečno 1998

*Prednovoletni čas je obdobje pričakanj in želja. V Iliriji smo letos še posebej nestrpni. Prihaja namreč naše jubilejno leto. Želimo, da se tudi vam izpolnijo vse želje, še posebej pa bomo veseli, če bomo k temu lahko pripomogli tudi mi.*





Otvoritve proizvodno poslovnih prostorov se je udeležilo veliko poslovnih partnerjev in predstavnikov družbeno političnega življenja

## Ilirija Niš

Novemberski obisk poslovnih partnerjev iz Jugoslavije sem izkoristila za pogovor z gospodom Draganom Todorovićem, lastnikom in direktorjem podjetja Ilirija Niš, kjer so v letošnjem maju pričeli s polnjenjem nekaterih Ilirijinih izdelkov, ki jim jih dostavljamo v obliki polizdelkov.

**Gospod Todorović, nam lahko na kratko opišete vašo poklicno pot, ki vas je sedaj pripeljala do ustanovitve lastnega proizvodnega podjetja?**

Vsakozi sem bil pravzaprav v trgovini. Na začetku v tehnični stroki, Elektrotehni, zatem sem se v devetih letih, preden sem pričel sodelovati z Ilirijo, kot trgovski potnik za podjetje LUXOL dodobra spoznal s kozmetičnim področjem. Po ukinitvi sankcij, ki so bile uvedene proti Jugoslaviji sem pričel s samostojnim zastopanjem vašega podjetja, natančno devetega januarja 1996 je bila ustanovljena Ilirija Niš.

**Kaj je v največji meri botrovalo vaši odločitvi za lastno proizvodno podjetje?**

Proizvodnjo sem imel vedno rad. Vendar samo ljubezen verjetno ne bi bila zadostna pri tej odločitvi. Pomembnejše je bilo dejstvo, da kljub velikemu povpraševanju po Ilirijinih izdelkih na našem tržišču,

zaradi omejevanja uvoza s strani države (kontingenti), le-teh nisem mogel zagotoviti v zadostnem obsegu. Pomembna razlika pa je tudi v carini, ki za gotove izdelke znaša 34%, carina za surovine pa se giblje med 4 in 8 %. Začel sem razmišljati o proizvodnji. Našel sem lokacijo in se odločil. Rezultat tega je 1500 m<sup>2</sup> velik objekt, v katerem so proizvodni in skladiščni del ter prostori za upravo.

**S proizvodnjo ste ob pomoči naših strokovnjakov začeli v letošnjem maju. S katerimi izdelki ste začeli in zakaj ste se odločili ravno za njih?**

Pri zagonu proizvodnje so bili strokovnjaki iz Ilirije nepogrešljivi, za kar se jim ob tej priložnosti najlepše zahvaljujem. Glede izbora izdelkov pa smo upoštevali kriterij povpraševanja na trgu, dosegljivost ustrezne embalaže v Jugoslaviji in nenazadnje kriterij ekonomičnosti. Izbrali smo tiste izdelke, za katere bi karikirano lahko rekli, da je škoda prevažati "toliko vode". To so Hydrogen, ki ga

trenutno naredimo med 100 in 120 tisoč kosi mesečno. Poleg tega pa še nekateri izdelki iz programa ČISTO: na našem trgu nikoli pozabljen Politura, čistilo za steklo, v manjšem obsegu pa še čistilo za WC školjke in detergent za pomivanje posode. Polnimo tudi tržnega liderja med insekticidi, Biokill. Načrtujemo širitev programa Čisto na peno za kopalnice, detergent za tekstilne obloge in univerzalno čistilo.

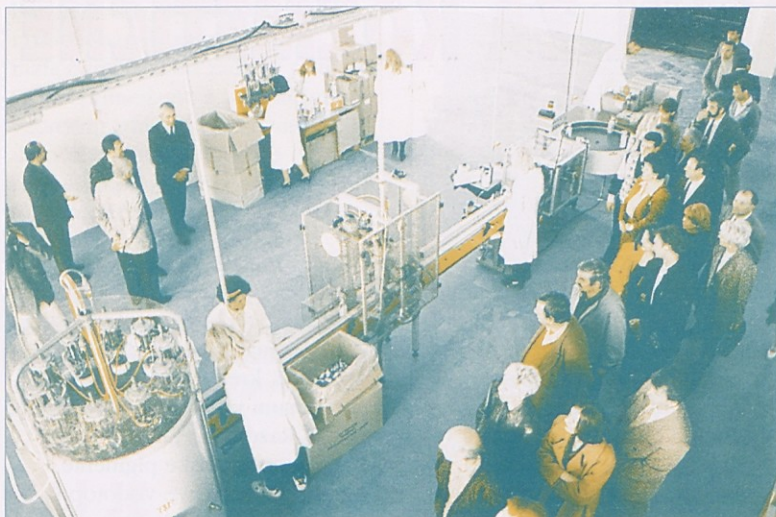
**Kako ste se organizirali v prodaji?**

Za prodajo sem osnoval mrežo distributerjev v Srbiji in Črni gori, ki jih oskrbujemo iz Niša in skladišča, ki ga imam v Beogradu. Poleg tega pa imam še svojo ekipo trgovskih zastopnikov, tako lahko v celoti uspešno pokrivamo celotno tržišče Jugoslavije. V letošnjem letu bomo skupaj naredili 10 milijonov DEM realizacije, kar je rezultat kontinuirane oskrbe tržišča, ki pri konkurenci velikokrat "šepa". Trenutno potekajo tudi dogovori za sodelovanje z velikimi trgovskimi sistemi: Beogradanko, C-prometom, z Gorico pa že uspešno sodelujemo.



Generalni direktor Ilirije, Rado Cerjak izroča direktorju Ilirije Niš, Draganu Todoroviću spominsko darilo





Pogled na del proizvodnje - polnitev Biokilla

**Za konec pa še nekaj besed o naši paradni blagovni znamki, Triocolorju. Ali je tržišče sprejelo Triocolor kot zamenjavo za dolga leta prisotni Koleston?**

Na samem začetku smo imeli nekaj težav. S Kolestonom so bili frizerji navajeni delati, mnogo potrošnic se je s Kolestonom barvalo doma. Z vztrajnostjo in prisotnostjo v medijih pa nam je uspelo. K temu so veliko pripomogle tudi prezentacije za frizerje in naše kupce v maloprodaji. Frizerjev zaenkrat še ne oskrbujemo direktno, tako kot to delate vi v Sloveniji, prisotni pa smo na vseh njihovih večjih prireditvah, tekmovanjih, ki jih tudi sponzoriramo in se predstavimo z Ilirijinimi izdelki lasne kozmetike.

**Gospod Todorović, povedali so mi, da ste v Jugoslaviji med kandidati za laskav naslov "menadžer leta", vaše podjetje pa je v družbi petnajstih največjih trgovskih podjetij. Iskrene čestitke in držimo pesti, da bi vas resnično izbrali za najboljšega med najboljšimi.**

Saša Bezek

**Kaj pa ekonomska propaganda, kakšna je situacija na tem področju?**

Brez ekonomske propagande ne gre. Na jugoslovanskem tržišču so poleg domačih proizvajalcev prisotna vsa slovenska kozmetična podjetja in praktično vse multinacionalke, morda še v večjem obsegu kakor pri vas v Sloveniji. Z ekonomsko propagando se povečuje tudi prodaja. Posamezne elemente

komuniciranja dobimo v Iliriji, distribucijo pa organiziramo sami. Sodelovali smo tudi na letošnjem beograjskem sejmu z imenom "Moda u svetu", kjer smo dobili nagrado za najboljšo promocijo oziroma dogajanje na stojnici. Pripravljamo pa se tudi na ustanovitev lastne marketinške službe s katero bomo med drugim pokrivali področje tržnih raziskav. Te nam bodo v prihodnje neobhodno potrebne kot podpora k poslovnim odločitvam.

**Pričeske skozi čas**

**KOLENDAR 1998**

**O**b prihajajoči devetdesetletnici Ilirije smo tudi s koledarjem, ki ga v Iliriji izdajamo že vrsto let, želeli spomniti na jubilej, ki ga bomo praznovali v letu, ki prihaja. Ker vsakoletni koledar po namembnosti posvečamo predvsem našim najštevilčnejšim kupcem, frizerskim salonom, tema, ki smo jo izbrali, ni naključna. V koledarju smo se sprehodili skozi najpomembnejša obdobja tega stoletja, v katerih se je radikalno spreminjala moda in tehnika izdelovanja pričesk. Koledar smo namenili tudi drugim poslovnim partnerjem in nenazadnje tudi vsem zaposlenim in upokojevcem Ilirije. Slednji ga lahko prevzamete na sedežu podjetja v Ljubljani, vsak delovnik med 7.00 in 16.30 uro.





# ANALIZA BARVIL ZA KOZMETIČNE IN KEMIJSKE IZDELKE

## Vloga in pomen barv

Barve v našem okolju so tako same po sebi umevne kot zrak, ki ga dihamo. Barva je za človeka pomembna kot sredstvo prepoznavanja, kot metoda za ocenjevanje kvalitete in kot osnovna estetska vrednota. Zato ni čudno, da imajo barve pomembno vlogo v zunanjem videzu človeka in tudi barve izdelkov, ki jih uporabljamo za različne namene, igrajo odločilno vlogo pri izbiri dobrin.

## Barve v pravadnini

Že v davnini je človek uporabljal naravna barvna sredstva mineralnega, rastlinskega in živalskega izvora, na primer: anorganske pigmente kot so manganovi in železovi oksidi, apnenec, gips, kaolin, bakrove minerale, saje, oglje. Egipčanke so si barvale lase z rastlinskim barvilom kano, ustnice s karminom iz posebne vrste žuželk, veke, obrvi, trepalnice pa z antimonovo spojino. Seveda so brez pomislekov uporabljali tudi strupene snovi, na primer svinčevo belilo in cinobrovo rdečilo v ustnih črtalih ali arsenov sulfid v sencah za veke.

## Prva umetna barvila

Po letu 1856, ko se je posrečila sinteza prvega umetnega barvila, je

število sintetičnih barvil naglo naraščalo. Barvila so se uporabljala nekontrolirano in marsikatera so bila zdravju škodljiva. Precej časa je trajalo, da je zakonodaja sprejela ustrezne zakone za zaščito uporabnikov. Leta 1906 je bila v Avstriji izdana prva odredba o barvah, ki je vsebovala zahteve glede čistosti barvil in je prepovedala nekatera katranska barvila. Po drugi svetovni vojni se je zakonodaja vedno bolj dopolnjevala, saj so bile raziskave o škodljivosti nekaterih barvil vedno bolj obsežne in izčrpane.

## Izbor barvil danes

Danes je potrebno pri razvoju izdelka zelo skrbno izbirati barvila, ki so dovoljena za uporabo v kozmetiki in izdelkih splošne rabe. Pri dovoljenih barvilih je zahtevana kontrola primesi za težke kovine in druge organske ali anorganske nečistoče. Zato si ne moremo privoščiti, da bi nekontrolirano sprejemali surovine, ki jih uporabljamo v proizvodnji.

## Barvila v Ilirijinih izdelkih

Večina naših izdelkov vsebuje eno ali več barvil kot sestavni del recepture. Nekateri izdelki, kot so čistila, lotioni, toniki in šamponi, barvamo iz estetskih razlogov. V

drugih izdelkih je barvilo bistvena sestavina in funkcionalni namen izdelka, to so laki za nohte, ustna črtala, senca za veke, dekorativni svinčniki, kreme za usnje. Med surovinami v skladišču je okrog sto barvil. Razdelimo jih v naravna barvila, anorganske pigmente, organske pigmente, vodotopna barvila, mastnotopna (v organskih topilih topna) barvila.

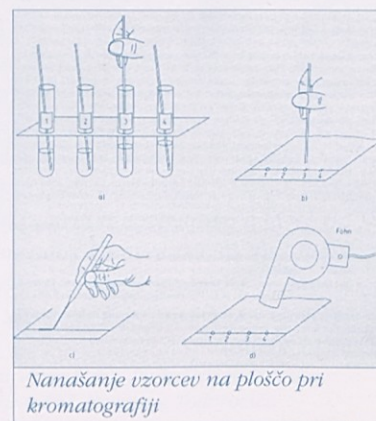
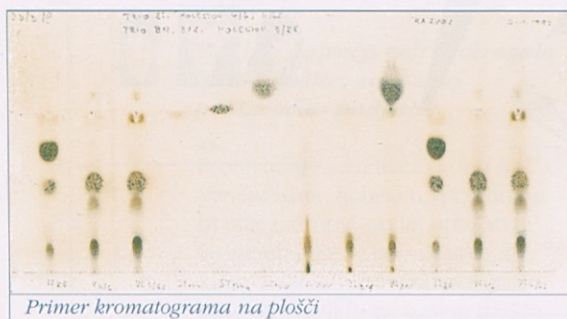
## Zagotavljanje kakovosti barvil

Kako sprejemati te raznolike surovine in potrditi ustrezno kakovost, da bomo zagotovili vedno enako obarvanost izdelkov? Vsekakor je prvi kriterij videz, v primerjavi s standardnim vzorcem. Oko je zelo dober instrument, vendar preveč subjektiven za dovolj natančno opredelitev razlik v niansah. Za oceno kakovosti kontrola preverja še nekatere klasične parametre: pH vrednost, suho snov, hlapne snovi, peroksidno število, oljno število, vsebnost težkih kovin in še druge parametre, odvisno od vrste barvila. Toda te dodatne analize še ne zadoščajo za identifikacijo barvne nianse in strukture barvila. Zato uporabljamo sodobnejše analitske metode kot sta TENKOPLASTNA KROMATOGRAFIJA in SPEKTROSKOPIJA.

## KAJ JE KROMATOGRAFIJA?

Kromatografija je fizikalno-kemična metoda za ločitev substanc, pri kateri se molekule porazdelijo med

pomično in nepomično fazo. Glede na fizikalne lastnosti se različne molekule v obeh fazah različno dolgo zadržujejo in se na ta način ločijo druga od druge. Pri tenkoplastni kromatografiji je nepomična faza - to je aluminijev oksid ali silicijev dioksid - nanešena na stekleno ploščo. Na to ploščo nanesemo raztopino barve v izredno majhni količini in ploščo postavimo v kadičko z izbranim topilom. Topilo - pomična faza - potuje po plošči in z njim potuje tudi barvilo. Hitrost potovanja



Nanašanje vzorcev na ploščo pri kromatografiji

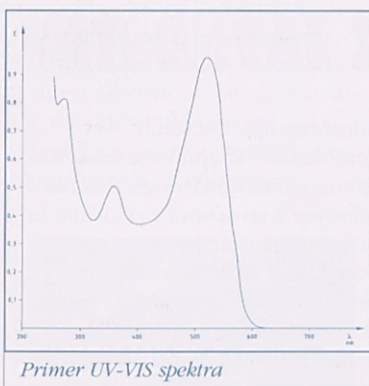


barvila je odvisna od topnosti in različna barvila se ustavijo na različni razdalji od začetka poti. Če to pot primerjamo s standardnim vzorcem, lahko prepoznamo določeno vrsto barvila. Če izberemo primerne pogoje analize, to je pomično fazo, topilni sistem in detektor, dobimo ločeno mešanico barvil in tudi ločene primesi. Po tem principu prepoznavamo skoraj vsa barvila, ki jih sprejemamo v skladišču surovin, z izjemo anorganskih pigmentov.

## KAJ JE SPEKTROSKOPIJA?

Osnova spektroskopije je sposobnost molekul, da absorbirajo energijo v različnih področjih elektromagnetnega valovanja. Če zapisujemo energetske spremembe, ki se zgodijo v molekulah zaradi nihanja elektronov in delov molekule, dobimo spekter. Spekter je karakterističen za vsako spojino, tako kot matična številka za človeka.

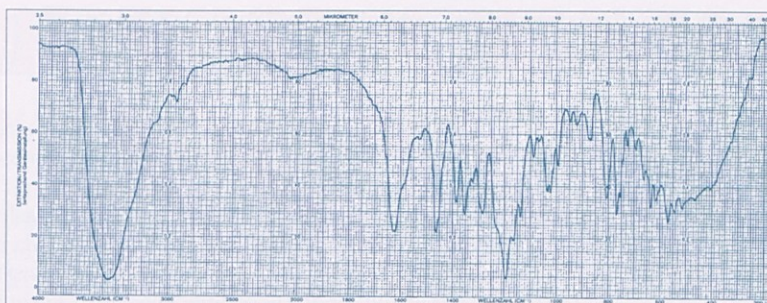
Glede na valovno dolžino oziroma frekvenco vzbujevalne energije ločimo ultravijolno (UV), vidno in infrardečo (IR) spektroskopijo.



Primer UV-VIS spektra

Iz spektrov dobimo naslednje informacije:

1. identificiramo barvilo s pomočjo primerjalnih spektrov, ki jih posnamemo po standardnem vzorcu;
2. določamo čistost barvila;
3. določamo koncentracijo enega ali več barvil v mešanicah;
4. ugotavljamo značilno strukturo iz funkcionalnih skupin. Seveda pa take analize ne moremo izvesti z navadno žarnico, ampak potrebujemo posebne instrumente:



Primer IR spektra

Za merjenje absorpcije v vidnem (valovna dolžina 350 - 800 nm) in ultravijoličnem območju (valovna dolžina 200 - 350 nm) UV - VIS spektrofotometer.

V našem analitskem laboratoriju imamo že precej star instrument podjetja VARIAN, ki ga še koristno uporabljamo, tudi po zaslugi dobre servisne službe. Za merjenje absorpcije v IR območju (valovna dolžina 2,5 - 25 mikrometrov) IR spektrofotometer. Pri nas uporabljamo PERKIN- ELMER model, ki je izredno pomemben za identifikacijo spojin. Iz IR spektrov dobimo podatke o funkcionalnih skupinah v molekulah.

Z opisanimi metodami kontroliramo vhodne surovine - barvila in še druge vrste spojin. Uporabljamo jih tudi pri analizi konkurenčnih izdelkov. V kontrolnih laboratorijih v Ljubljani in Lendavi vzorčijo barvila in po predpisih v standardih kakovosti opravijo klasično analizo, za kromatografsko in spektrometrično analizo pa pošljejo vzorce v analitski oddelek, kjer jih analiziramo na opisanih instrumentih. Zaradi visoke cene



Bernarda Doma, vodja analitskega oddelka

opreme, specialnih znanj za njeno uporabo in izkoriščenosti, v vsakem laboratoriju nimamo možnosti kromatografske in spektroskopske analize.

Vsekakor si danes ne moremo predstavljati, da bi samo organoleptično sprejemali ali ugotavljali odstopanja v kakovosti surovin. Na trgu obstaja še druga oprema za ocenjevanje kvalitete barvil, ki neposredno meri barvne nianse. To so razni kolorimetri, ki bi jih potrebovali tudi pri kontrolo končnih izdelkov in embalaže.



Slavica Vidrih pri delu z IR spektrofotometrom

Toda samo ena kontrolna metoda pri tako kompleksnih surovinah kot so barvila ni nikoli dovolj zanesljiva. Za čimbolj izčrpno informacijo moramo izkoristiti tehnične in človeške sposobnosti in le kombinacija različnih metod daje popolnejšo sliko kontroliranega vzorca.

Tenkoplastno kromatografijo je v Iliriji začela uvajati Neda Lengar pred dvajsetimi leti. Praktično delo nadaljuje Tatjana Pinoza, ki kontrolira barvila tudi z UV-VIS spektrofotometrom. Vse analize z IR-spektrofotometrom pa pripravlja Slavica Vidrih.

Bernarda Doma



# KAJ NAM JE PRINESEL CIMAPPS?

V začetku letošnjega maja smo uspeli zaključiti priprave za prehod iz stare programske opreme, namenjene podpori vodenja proizvodnje, imenovane COPICS, na posodobljeno programsko opremo, imenovano CIMAPPS. Kaj nam je ta prehod prinesel?

Po sedmih mesecih delovanja v produkcijskem okolju lahko ugotovimo naslednje:

- Prehod je bil izveden uspešno, to pa v računalniškem jeziku pomeni, da pri prehodu ni bilo izgubljenih podatkov, odzivnost sistema je v pričakovanih mejah, funkcionalnost sistema je ob posegih strokovnjakov LRC-ja, CGI-ja in nosilcev posameznih modulov iz Ilirije takšna, da je kar najbolj prilagojena našim proizvodno-logističnim procesom.
- CIMAPPS deluje na takoimenovani relacijski bazi podatkov SQL/DS, ki nam omogoča bogato analitiko podatkov, za kar pa moramo v Iliriji še pridobiti dodatna znanja, da bomo tako zahtevne posege v bazo izvajali sami. Sedaj se še poslužujemo strokovnjakov v LRC-ju.
- S prehodom na CIMAPPS smo premostili tudi zelo pomembno vprašanje informacijske problematike usklajenosti z datumskim prehodom v naslednje tisočletje (Y2K- kot se popularno pojavlja v medijih). S tem pa še vedno ni v celoti rešena "informacijska problematika leta 2000" v podjetju Ilirija; o njej vas bomo seznanili v eni od prihodnjih števil.
- Po prehodnem uvajalnem obdobju, ki je trajal od maja do septembra letošnjega leta, se nadaljuje projekt vzdrževanja CIMAPPSa, za kar skrbi projektna skupina v sestavi: Vrtačnik, Ladiha, Pušnik, Požar, Kadunc, Grilj, Strehar, Pečavar, Zalokar in Vrbančič, ki na tedenskih sestankih izvaja naslednje aktivnosti:
  - ⇒ uvaja novosti v sistem - dogodki v poslovnem življenju podjetja narekujejo porast potreb po informacijah. Za področje, ki ga pokriva projektna skupina, želimo preko manjših projektov čimprej zadostiti potrebam uporabnikov. V decembru 1997 zaključujemo dva projekta in sicer: Sledljivost vgrajenega porekla blaga in Uvedba modula nabave.
  - ⇒ odpravlja zaznana podatkovna in programska odstopanja;
  - ⇒ skrbi za ažurnost navodil za delo. Navodila bodo v celoti pripravljena na vpogled v januarju '98 in sicer v Wordu na mreži osebnih računalnikov.

Cilji v prihodnosti:

- ♦ zagotavljati funkcionalno odličnost sistema
- ♦ stalno prilagajanje informacijskim potrebam podjetja in integracija v ostali informacijski sistem podjetja
- ♦ permanentno izobraževanje vseh sodelavcev v Iliriji, ki vstopajo v sistem CIMAPPSa

Andrej Vrbančič

## 1. KONFERENCA O ODNOSIH Z JAVNOSTMI

Da se PR\* stroka razvija dokazuje 1. konferenca o odnosih z javnostmi, ki jo je organizacijski odbor izpeljal septembra v novih kongresnih prostorih Grand hotela Emona v sončnem Bernardinu.

Prvi dan konference (tega se nisem udeležila op.p.) se je začel s skupščino Slovenskega društva za odnose z javnostmi, na kateri je bila izvoljena nova uprava. V vlogi predsednika bo društvo predstavljal Brane Gruban, za podpredsednico pa je bila izvoljena Nada Serajnik Sraka.

Drugi dan je bil za številne udeležence bistveno bolj zanimiv, vsaj po strokovni plati, prisluhnili smo direktorici agencije Alpha Beta iz Kopenhavna, ki nam je predstavila, kaj so kakovostni odnosi z javnostmi. Gostja iz Danske, ki je ob Goranu Sjobergu soavtorica knjižice "Quality in Public Relations", prejeli smo jo vsi

udeleženci, pravi, da lahko tudi kakovost v odnosih z javnostmi zagotovimo le s sistematičnim načrtovanjem in upoštevanjem minimalnih kakovostnih standardov, kar nam ob zaključku aktivnosti omogoča tudi merjenje učinkovitosti našega dela. V nadaljevanju nam je Brane Gruban predstavil možnosti za akreditacije v naši stroki. Sam je kot prvi v Sloveniji v letošnjem letu pridobil akreditacijo v ZDA, zato nam je izkušnje lahko posredoval iz prve roke. Naloga Slovenskega društva v prihodnosti pa mora biti tudi postopno oblikovanje lastnih postopkov akreditacije za praktike odnosov z javnostmi.

V popoldanskem delu konference smo se na okrogli mizi Odnosi z javnostmi in menedžment - stičišča in razhajanja, soočili z direktorji nekaterih slovenskih podjetij, direktorico Urada vlade za informiranje in predsednikom

Združene liste socialnih demokratov. Razprava je tekla na temo razumevanja vloge praktikov odnosov z javnostmi v podjetjih in drugih organizacijah. Le-ti so ponekod v vlogi tiskovnih predstavnikov in servisa za druge službe v podjetju ali kot dodatek marketinški službi, marsikje pa se menedžment že zaveda, da so kakovostni odnosi z javnostmi mogoči le, če so praktiki odnosov z javnostmi sestavni del vodstvenega tima z dostopom do vseh informacij, kar se pokaže še kako pomembno v kriznih situacijah v podjetjih.

\*PR = kratica za Public Relations - Odnosi z javnostmi

S.B.



# KREATIVNOST V PROIZVODNJI

## na primeru TRIOCOLOR negovalne barve v setu

**N**ajprej nekateri pomembnejši datumi razvoja novega izdelka - Triocolor negovalne barvne kreme v setu:

22.11.1996 - izračun

predkalkulacijske cene izdelka

14.04.1997 - okvirna

predkalkulacija za Triocolor set

**06.05.1997 - odločitev o lansiranju novega izdelka Triocolor set**

16.05.1997 - lansirne količine in plan prodaje

**PREDVIDEN TERMIN**

**LANSIRANJA: KONEC**

**SEPTEMBRA 1997**

25.08.1997 - začetek proizvodnje

**08.10.1997 - VSI IZDELKI PO**

**PLANU PRODAJE SO BILI**

**IZDELANI**

### Nov izdelek - zahteven "zalogaj" za proizvodnjo

Proizvodnja popolnoma novega izdelka je za vsak proizvodni oddelek zahtevno strokovno delo. Triocolor set, izdelek, ki smo se mu v proizvodnji posvečali dober mesec dni, obsega 21 različnih nians s skupno lansirno količino 250.000 kosov. Izdelek sestavljajo: blazinica razvijalca v kremi, barva v tubi, navodila, rokavice in zloženko. Za polnitev razvijalca v kremi, kot tudi za polnitev in



Podajanje kompletiranih blazinic in navodil za avtomatsko pakiranje v zloženko

pakiranje barv, smo v proizvodnji pripravili nove postopke dela. Izpeljali smo jih na obstoječi strojni opremi, po predhodno izvedenih tehničnih izboljšavah na teh strojih. Zato smo zaposleni v vseh strokovnih službah proizvodnje: tehnologa specialista Mitja Kastelic in Ida Žnidaršič Meglič, vodja kontrole Metka Florjančič, vodja proizvodnje Olga Devetak in njen naslednik Pavle Vrtačnik, vodja vzdrževanja Bojan Vrhovec, vodja OPP Jelka Požar s svojimi sodelavci in tudi direktorica proizvodnje Breda Pušnik redno spremljali proces proizvodnje in sproti odpravljali vse težave, ki so se pojavljale med prvo proizvodnjo.

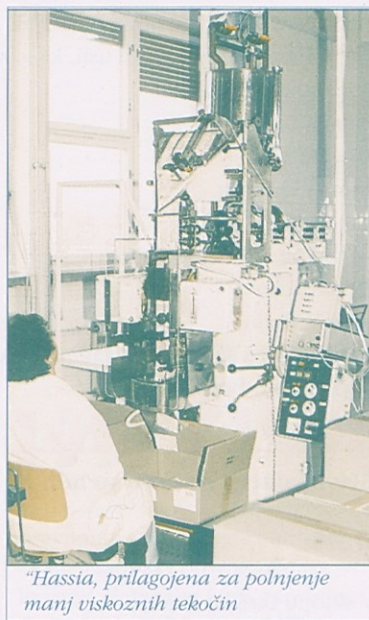
### V blazinice po novem tudi bolj redke "tekočine"

Blazinice razvijalca v kremi smo izdelovali na obstoječem stroju Hassia, ki smo ga dopolnili - spremenili za polnjenje manj viskoznih - bolj tekočih medijev v blazinice. Da bi se prepričali, če smo predvideli popolnoma vse za varen potek dela in za končno kvaliteto izdelka, smo ves čas budno spremljali proizvodnjo. Osnovna surovina razvijalca v kremi je vodikov peroksid, ki je jedka snov in močen oksidant, v stiku z organskimi snovmi lahko povzroči tudi požar. V prisotnosti kovin pa eksplozivno razpada, zato je varnost med delom še kako pomembna. Blazinice razvijalca morajo popolnoma tesniti, zato smo izdelane dodatno kontrolirali. Vzdrževalci pa so štirikrat dnevno kontroliral delovanje preurejenega stroja.

### Odpisan stroj ponovno v akciji

Za polnjenje barve v tube in pakiranje vseh sestavnih delov seta v zloženko smo usposobili odpisano, že konzervirano polnilno linijo Arencos Gan, na kateri smo v preteklosti polnili zobne kreme. Polnilno linijo je bilo treba najprej preseliti v ustrežno opremljen prostor, jo pripraviti za delovanje in preizkusiti. Linijo je

bilo potrebno tehnično preurediti za pakiranje v folijo po 3 kose, namesto dotodanjih 10 kosov in dopolniti z avtomatskim dodajalcem navodil z blazinicami in rokavicami ter novimi dozirnimi cevki za polnjenje barv za lase. Po preizkusu tehnično dopolnjene linije so bile odpravljene še manjše pomankljivosti in proizvodnja kvalitetnih izdelkov se je lahko pričela. Kvaliteto izdelkov smo zagotovili tudi s skrbnim čiščenjem stroja in črpalke ob menjavi nianse barve ter s pazljivostjo, da v tubo ne bi prišli zračni mehurčki.



"Hassia, prilagojena za polnjenje manj viskoznih tekočin"

### Začetek dober, konec še boljši

Zaključim lahko, da smo ob strokovno zelo zahtevnem delu v proizvodnji kozmetike, s sodelovanjem vseh strokovnih služb proizvodnje, v roku izdelali planirano količino izdelkov predpisane kvalitete, po približno 10% nižji ceni na pragu proizvodnje, v primerjavi s predkalkulacijsko ceno. Nižja cena je ustvarjena predvsem zaradi nižjih stroškov embalaže. Vrednost dela je bila nekoliko višja od predkalkulacijske, vendar jo bomo po dodatnih racionalizacijah, ki so se ob končni analizi prve proizvodnje pokazale kot mogoče, zagotovo uspeli znižati.

Ida Žnidaršič Meglič



# LONDON PO LONDONU - ČETRTIČ!

**16.** november je bil Cankarjev dom prizorišče praznika za frizerje, estete in vse, ki jim je moda stalnica v njihovem življenju. Da je takih res veliko, nas je prepričala že tri tedne pred prireditvijo razprodana največja dvorana v Cankarjevem domu. Poleg strokovne publike je interes za prireditev iz leto v leto večji tudi pri medijih. V dvorani so iskale najboljše mesto za snemanje številne televizijske ekipe, s prvega balkona pa so novinarji zbirali vtise o novi modi, ki jo v časopisih in revijah potem posredujejo svojim bralcem.

Predstava, ki so jo mnogi poimenovali kar spektakel za frizerje, je poleg nove mode pričesk in ličenja za jesen - zimo 1997/98 pokazala tudi, kaj se v oblačenju sklada z novo modo "na glavi".

Naj povem še, kdo so bili tisti, ki so se trudili, da je predstava ponudila vrhano mero užitka:

Tatjana Ljubič	-	vodja projekta
Saša Bezek	-	pomočnica vodje projekta
Primož Ogrizek	-	režiser
Robert Kovačič	-	scenograf
Nenad Muždeka	-	koreograf Ilirijinega nastopa
Vesna Dolenc	-	styling
Loris Vižintin	-	design luči

Poleg njih pa še množica zagnanih sodelavcev, ki so skrbeli, da je bilo vse pripravljeno brezhibno.

## Glavni akterji na odru so bili:

### Narta studio

V sklopu Ilirije deluje že sedemintrideset let. Naši frizerji v vsem tem času budno spremljajo strokovna dogajanja v tehnologiji friziranja in modne smernice ter jih posredujejo svojim kolegom doma in v tujini. Na prireditvi se je predstavila ekipa mlajših stilistov, ki so svoje izkušnje od samega

začetka nabirali prav v Narta studiu. Odlikujejo se po oblikovanju smelih, modnih ženskih in moških pričesk, vsem pa je skupno tudi to, da znajo svoje znanje sistematično posredovati frizerjem. Njihov nastop je tekel pod taktirko strokovnega vodje studia, **Petra Klinca**, ki je na prireditvi prikazal tudi svoje ekskluzivne kreacije.

Poleg njega so se skozi pričeske predstavili še:

**Zoran Gajić, Mitja Tavčar, Matjaž Bavdek in Uroš Žvab.** Za make up pa je skrbela vizažistka Narta studia **Marija Jaki** skupaj z zunanjim sodelavcem **Matjažem Rogaletom.**

### Letošnji gost iz Velike Britanije je bil SANRIZZ.

Z nami je bil Tony, najstarejši od treh bratov Rizzo, po rodu iz Italije, ki je svojo kariero v Veliki Britaniji pričel že leta 1968, leta 1980 pa je skupaj z bratom odprl prvi salon



Živahna scenografija je pričarala utrip londonskih ulic

SANRIZZ v Londonu. S kombinacijo talenta in vnosa novih dimenzij v friziranje so Tony, Ozzie in Ricky osvojili tako stranke kot tudi učence v njihovem šolskem centru. Poznani so po sposobnosti, da ob samem izobraževanju izredno motivirajo učence za delo in ustvarjanje lastnih kreacij. Tony v svoji osebni filozofiji poudarja, da je frizer kreativen šele takrat, ko zna ustvariti pričesko za vsak dan, pričesko visoke mode in alternativno pričesko.

Ob **Tonyju** sta se predstavila še **Sharon Cox**, izobraževalna direktorica in **Graham Holmes**,



Tony Rizzo s pomočjo prevajalke, Suzane Prosenc predstavlja svoj pogled na novo modo



Petru Klincu je na odru pomagal najnovejši član ekipe Narta studia, Sebastjan Demojze

njihov tehnični direktor. **Silvia Salerno**, umetniška direktorica, ki smo jo pričakovali, pa je svojo pot v Ljubljano žal zaključila že na londonskem letališču, kjer so ji tatovi ukradli torbico z dokumenti, brez katerih je niso spustili preko meje.



**Na prireditvi se nam je predstavil tudi bodoči podmladek slovenske frizerske stroke.**

Videli smo tri-minutne nastope frizerskih šol iz Maribora, Celja, Ljubljane, Kopra in Kranja. Predstava je za nami. Po mnenju mnogih je uspela. To kažejo tudi rezultati ankete, ki smo jo po



*"Mladost je norost" pravijo učenci frizerske šole Vitez A*

prireditvi izvedli med publiko. Odločitev, da letošnjo predstavo izpeljemo z novo mlado ekipo izvršne produkcije, se je pokazala za dobro, predstava je bila sveža, polna mladostne dinamike. Dobro so bili sprejeti tudi samostojni nastopi frizerskih šol, ki jim Ilirija omogoča spoznavanje z zahtevnim velikim odrom Cankarjevega doma in s tem pomaga utirati pot k uspehom na njihovi kasnejši samostojni poklicni poti. Prireditev so si ogledali tudi številni poslovni partnerji Ilirije. Kar oseminštirideset jih je naš zastopnik, Branko Slapnik pripeljal s Poljske, med njimi tudi novinarko, ki bo o dogodku poročala za poljske medije. Skupaj z nami so bili še naši zastopniki iz Češke, podjetje Queen, distributer iz Rusije, g. Kapusta in direktorica ter solastnica največjega frizerskega salona v Rusiji in v Evropi, gospa Jadrina Nadezda. In nenazadnje tudi številni poslovni partnerji iz Slovenije in Hrvaške. Interes za ogled prireditve tako med strokovno publiko kot tudi med poslovnimi partnerji Ilirije že nekaj let presega zmogljivosti Gallusove



*Frizerji stilisti so s svojim delom seznanjali številno občinstvo*

dvorane. Zato ne bo odveč kar kmalu ponovno prevetrili cilje, ki smo si jih za prireditev postavili v preteklosti in jih argumentirano zakoličiti za prihodnost. Luči so torej ugasnile. Pa ne za dolgo. Do novega "Londona" je sicer še daleč, vmes pa je pot posuta še z mnogimi "Londoni" v malem.

Saša Bezek

# KAJ NAM PRINAŠA NOVA MODA PRIČESK ZA JESEN - ZIMO 1997/1998

**P**a se je vrnil! **PANK**, kakršnega smo poznali konec 70-tih in v začetku 80-tih let. Na veliko veselje mladih in grozo starejših, ki prisegajo na tradicionalno urejenost. Naj slednje potolažimo, da so v modni milosti še vedno ostale klasične paževske



pravilnimi ravnimi linijami, spet druge na resasto z mehкими linijami, lahko za letos zapišemo, da je moda bolj kot na striženje osredotočena na česanje oziroma dokončno stiliziranje pričeske: zagovorniki panka prisegajo na skuštrano, natupirano in razmršeno



pričeske, ki se spreminjajo z različnim česanjem. **Moda torej daje vsakomur nekaj.**

Če smo v preteklih letih ugotavljali, da je v modi pričesk poudarek na striženju - nekatere frizerske hiše so prisegale na topo striženje s

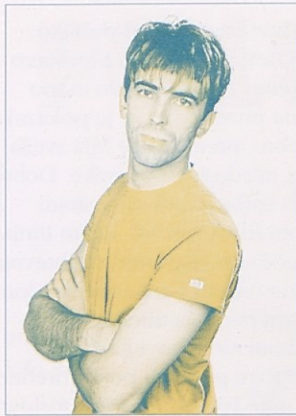
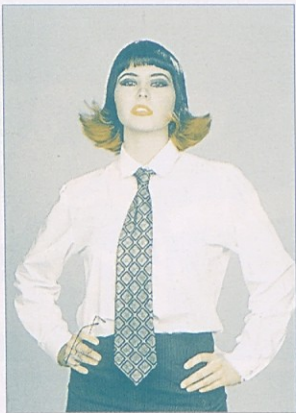




pričesko, bolj klasični, tradicionalno ohranjajo enostavne, gladko počesane linije. Večini pričesk pa je skupno to, da so polne, voluminozne. Volumnu v podporo je močna hladna trajna ondulacija. Še večjo razmršenost dosežemo s tem, da konic posameznih pramenov pri trajni ne navijemo in jih pustimo gladke. Tako dobimo posamične pramene, ki štrlijo "iz pričeske", če so ti prameni dolgi, pa prosto padajo ob ostalih laseh. Večji volumen pričeske dosežemo tudi s kombinacijo različnih barv. Pogosto je medsebojno prelivanje temno in svetlo rdečih barv ter svetlo blond in temno blond tonov. Temneje so obarvani lasje ob izrastku, kar daje pričeski globino, svetleje pa konice las, ki optično pričarajo večjo voluminoznost pričeske. Slavnostne, ekstravantne pričeske so kombinacija razmršenosti in



gladkega česanja. Veliko se uporablja dodatkov iz umetnih las, sintetične preje, različnih vložkov, spet pa so v modi dodatki kot so vrtnice, tiare, različni venčki. Moški, ki bodo želeli imeti modno pričesko, bodo spet hodili z daljšimi lasmi. Pričeska je lahko gladko počesana in zelo urejena,



ali pa se, tako kot celotna letošnja moda, nagiba k panku in je razmršena. Lasje na prednjem delu glave so daljši, fru-fru je ravno pristrizen. Tudi pri moških pričeskah igra pomembno vlogo barva las. Za končni videz pank pričesk je izredno pomembna uporaba močnih utrjevalcev, od voskov, gelov do lakov za lase.

## SPREMINJA SE TUDI MODA LIČENJA

Modo ličenja bi lahko strnili v tri inačice, ki jim je skupno to, da so lica naličena, da se koža sveti, ustnice so poudarjene z lip glossom, prav tako so svetlikajoče veke. Torej: svež videz! Med barvami za oči so v modni milosti predvsem rjava, antracitna, smaragdno-zelena, sivo-modra, škrlatna in barva ametista. Za usta, ki so lahko nežna ali senzualno



izrazita izbiramo med rjavo, barvo temno ali žareče rdeče vrtnice ali melancane. Ustnice še bolj poudarimo z lip glossom. **Prva različica:** močna obroba okrog oči z zabrisanimi robovi in temno obarvane veke vse do obrvi. Svetla usta, obrobljena v isti barvi kot šminka. Rdečilo na licih. **Druga različica:** oči in usta naličeni v nežnih svetlih tonih (na primer kombinacija svetlih rjavo zelenih barv), na licih rdečilo. **Tretja različica:** svetlo obarvane veke vse do obrvi, šminka za ustnice pa je lahko čokoladno rjava, vinsko ali žareče rdeča ali barve melancane. Le malo rdečila na licih. Modno ličenje zahteva perfekcijo, pogum za kombinacijo barv, veliko kontrastov, senzualna usta, naraven ten kože z malo rdečila na licih, skratka: moda se je vrnila v 80-ta leta.

**Prihodnost je torej ženska!**

Tatjana Ljubič



Večer v operi je Peter naslovil svoj del programa. V kostimih Alana Hranitelja so občinstvo navdušile pričeske z nostalgijo po starih časih



# "DEMONSTRIRANJE" NI "MAČJI KAŠELJ"

**K**ot demonstratorka z Ilirijo sodelujem približno šest mesecev. V tem času sem doživela tako dobre kot slabe odzive kupcev-potrošnikov in prodajalk ali poslovodij.

## **Kaj vse zahteva izvedba demonstracije?**

Najprej je potrebno priti do prodajnega mesta. V Iliriji mi za to ljubeznivo posodijo službeno vozilo, kar je zelo priročno, ker imam s seboj precejšen tovor, beri opremo za izvedbo demonstracije. V gostem prometu pa porabim veliko več časa, kot če bi se v izbrano trgovino odpeljala z avtobusom. V trgovini moram postaviti priročno zložljivo konstrukcijo in jo opremiti s slikami izdelkov, ki jim bom tisti dan "pomagala" k večji prodaji. K tej spodbujam potrošnike tudi z darilcem, ki ga dobijo ob nakupu več izdelkov. Če imaš srečo, sodeluješ s prijaznimi prodajalkami in poslovodji, ki ti izdelke pripravijo blizu tvojega prostora za demonstracijo in te pustijo, da svoje delo opravljaš po svojih najboljših močeh.

Odpri se trgovina in prihajati pričnejo kupci. Spoznala sem že zelo različne "kategorije le-teh": prijazne, nesramne, vljudne, spogljedljive, zahtevne.... Ker človeka že na daljavo ocenim, se jim obračam na različne načine, saj je prvi vtis, ki ga narediš, za nadaljevanje pogovora zelo pomemben. Pristop in nastop do kupcev sem v Iliriji spoznala na kvalitetnem seminarju, ki ga je vodil predavatelj podjetja Taktika plus.

## **Naloga demonstratorke**

Ogovoriti je potrebno čimveč potencialnih kupcev. Pri kontaktu z njimi nastopam prepričljivo s kvalitetnimi argumenti za nakup izdelka. Žalitve, ki jih včasih doživim pa poižkušam ignorirati.

Učili so nas, da ima kupec vedno prav. Včasih, kadar se želijo vtikati v moje privatno življenje, menim, da ta trditev ni popolnoma na mestu. Ker smo ljudje različni, včasih pride tudi do manjših konfliktov, vendar sem do sedaj še vse uspešno rešila. Zanimivo je, da so ljudje v manjših mestih veliko bolj prijazni, željni spoznavati nove izdelke in se pri tem tudi kaj naučiti, v večjih mestih pa so že naveličani vsega, kar se pozna tudi pri prodaji.

## **Učinki demonstracij**

Pri dosedanjem delu sem največ demonstracij na prodajnih mestih izvedla za izdelke RECEPT, ČISTO in SUBRINA. V novembru so v trgovinah ŽIVILA potekali "Dnevi Ilirije" na katerih sem se trudila za prodajo izdelkov ČISTO, univerzalne kreme in tekočega mila LIDERA, šamponov breza in kopriva, negovalne kreme v setu TRICOLOR in nekaterih sredstev za nego usnja in obutve ILIRIJA. Dnevi Ilirije so bili uspešni, še posebej dobra je bila prodaja iz programa Kemije. Kupci vedno bolj posegajo po kvalitetnem čistilu za WC školjke, za polituro pa bi bila dobrodošla tudi reklama na televiziji. Pri prodaji novega seta Triocolor se že kažejo pozitivni učinki reklame v medijih, ljudje pa morajo novo barvo najprej preizkusiti. To pa včasih, ko si že navajen določenega izdelka, -- zahteva tudi nekaj poguma. Potrošniki večkrat pohvalijo tudi RECEPT proti prhljaju, vsem sicer ne pomaga, kar je odvisno tudi od strukture las in zahtevnosti problema. Potrošnice so zelo zadovoljne z LIDERO, predvsem z



Saša Jakič predstavlja...

izdelkom roll-on, ki preprečuje neprijeten vonj pri potenju, v čišlih imajo tudi kremo za roke, starejše gospe pa še vedno prisegajo na CVET šampon.

Za vse demonstracije izdelkov, ki sem jih do sedaj izvedla lahko rečem, da so bile uspešne. Včasih sem bila bolj dobrodošla, drugič manj, sicer pa sem se v pol leta naučila tudi marsikaj novega. Spoznala sem različne ljudi in nove kraje prečudovite Slovenije. Za konec naj vam še povem, da stereotip o gorenjski skoposti po mojih izkušnjah ne velja, nasprotno, Gorenjci so radodarni in dobrosrčni ljudje, najbolj skopi pa so Štajerci. Naj mi le-ti ne zamerijo in tega ne vzamejo osebno.

Saša Jakič



# SEJEM BIL JE ŽIV

V okviru jesenskih aktivnosti smo se na Izvoznem področju I predstavili na dveh sejmi, in sicer na: Jesenskem velesejmu v Zagrebu in Sejmu

“Moda v svetu” v Beogradu. Priprave na oba sejma so potekale po ustaljenem, lahko bi rekli skorajda rutinskem načrtu. Oba sejma sta bila letos v znamenju barv za lase Triocolor, točneje v znamenju balzama in intenzivne barvne emulzije in seveda novega izdelka v družini Triocolor - negovalne barvne kreme v setu.



Za barve Triocolor je bilo veliko zanimanje

## V Zagrebu

Sejem v Zagrebu se je odvijal med 8. in 14. septembrom. Vsekakor lahko rečemo, da je postala prisotnost Ilirije na tem sejmu že skorajda ritual, s katerim so seznanjeni tako obiskovalci sejma kot tudi razstavljalci, željno pa nas pričakujejo tudi hostese s sosednjih razstavnih prostorov, ki to s pridom izkoristijo za nove pričeske. Naj se takoj popravim. Nekaterim razstavljalcem, predvsem bližnjim sosedom, naša prisotnost na sejmu ni bila prav nič po godu in so nam že drugi dan poslali preko uprave sejma opomin, da bomo ostali brez elektrike, če bomo še naprej tako glasni. Opomin je nič hudega



Show na odru zagotavlja pozornost mimoidočih

sluteč romal v prvi koš za smeti.

## Nove pričeske nastajajo pred očmi obiskovalcev sejma

Za barvanje, striženje in oblikovanje pričesk obiskovalk sta skrbela Mitja Tavčar in Matjaž Bavdek, za make-up vseh nastopajočih pa Marija Jaki. Prav posebej se je za predstavitev Ilirije in njenih izdelkov trudil prav Mitja, ki je vsako popoldne v okviru showa plesne skupine iz Zagreba delil vrečke z nagradami, seveda če so mimoidoči pravilno odgovorili na zastavljena vprašanja. Že drugi dan je na oder spravil celo fanta s precej žensko dolžino las, ki se je bil pripravljen proti nagradi ostriči na podobno dolžino las, kot jo ima Mitja. Mitja se mu je za izkazan pogum oddolžil z nagrado.

## V Beogradu

Sejem v Beogradu, ki je bil od 7. do 11. oktobra pa za obiskovalce ni bil takšna rutina. Letos smo namreč v Beogradu prvič v okviru sejmskih dejavnosti ponudili obiskovalkam možnost brezplačnega barvanja, striženja, oblikovanja pričesk in ličenja. Lahko vam zagotovim, da je bila zanje na začetku ta možnost kar precej šokantna, ker niso mogle verjeti, da lahko nekdo na tem svetu ponuja določeno storitev zastonj.

## Pohvalili so nas v medijih

Prav zaradi tega smo si zaslužili tudi nekaj brezplačnih vrstic v enem izmed časnikov, češ, da nihče izmed domačih proizvajalcev ni ponujal ničesar zastonj oziroma, da so to storili samo gostje iz Slovenije. Tokrat

sta obiskovalke barvala in strigla Zoran Gajič in Matjaž Bavdek.

## Nagrada Iliriji

Razstavljalci pa v okviru sejma vsako leto tekmujejo tudi v različnih kategorijah, kot na primer: najbolj kreativen izdelek, najboljša predstavitev izdelkov, dogajanje na sejmišču in podobno. Med razstavljalci kozmetičnih proizvodov smo tokrat dobili nagrado za najboljši sejmski prostor in najboljše dogajanje na le-tem.



Fant se je odločil za korenito spremembo, dolgolasca je Mitja spremenil po svojem "kopitu"

## Sklepanje poslov za odrom

V ozadju, za bliščem odrskih luči, pa je kar precej ljudi stikalo glave in sklevalo posle, za katere so predvsem zaslužni Marko Otoničar, kot direktor Izvoza I, komercialistki Nataša Kos in Melita Hribar in naši uvozniki in distributerji za ti dve državi.

Tanja Pristovnik



Nova pričeska zahteva sodoben make up



# S POSLOVNIMI PARTNERJI V BUDIMPEŠTI

Kot je že običaj smo tudi v letošnjem letu povabili 150 največjih slovenskih kupcev na skupni izlet. Tokrat smo izbrali Budimpešto. Program ogleda ene najlepših evropskih prestolnic je bil izredno zanimiv. Ogleдали smo si Matjaževo cerkev, Ribiško trdnjavo in Grajsko palačo, pokukali smo na Budimpešto iz Gelertovega hriba (Citadela) in se v poznih urah z ladjo popeljali pod mostovi madžarske prestolnice do Margaritinega mostu in nazaj... Videli smo še veliko več in se še enkrat prepričali, da je to res mesto, ki so ga že nekoč ljubili, negovali, krasili in razvajali. Ob pripravi izleta smo si zadali nalogo, da bomo prijetno združili s koristnim, zato smo v Budimpešti izpeljali tudi predstavitev novosti za jesen in zimo 97/98. Presentacija je potekala v konferenčni dvorani hotela, kjer smo prenočevali, glavni del programa pa je zajemal predstavitev barv TRIOCOLOR, s povdankom na novem izdelku - negovalni barvni kremi v setu, ki je vključevala nastop NARTA STUDIA in novosti v blagovni znamki ČISTO.

Bogastvo barv Triocolor so naši frizerji v sodelovanju z madžarskima kolegoma, ki sta bila na šolanju v Iliriji konec avgusta, učinkovito prikazali na madžarskih

manekenkah. Predstavitve barv si brez ekipe Narta studia ne moremo več predstavljati in morda se včasih premalo zavedamo, da Narta studio

predstavlja našo konkurenčno prednost. Tudi tokrat so navdušili gledalce, poslovne partnerje Ilirije. Po prezentaciji so naši kupci oddali naročilnice in liste za udeležbo na prezentaciji. Po večerji pa smo izmed teh izžrebali lepe nagrade. Naši poslovni partnerji so bili s prezentacijo zelo zadovoljni, saj so nam mnogi tudi v anketi, ki smo jo izvedli na avtobusu na poti domov pisali o tem, da si podobnih izletov v kombinaciji s strokovnim delom še želijo.

Tudi mi smo mnenja, da moramo na podobnih srečanjih tudi v prihodnje vključiti marketinški in komercialni del, saj imamo takrat priložnost, da v prijetnem vzdušju in daleč proč od vsakdanjih skrbi utrdimo vezi s poslovnimi partnerji.

Marina Vodopivec



Pri praktičnem delu eden od madžarskih frizerjev prikazuje način barvanja las s Triocolorjem



Takoj po prihodu od vojakov se je Sebastijan že pretzkusil v delu pred občinstvom



# OBISK POSLOVNIH PARTNERJEV IZ JUGOSLAVIJE

V novembru smo se v Lendavi in v Ljubljani srečali z našimi poslovnimi partnerji iz Jugoslavije. Srečanje je bilo tako delovno kot tudi družabno naravnano.

## Najprej delovno...

Delovni del srečanja je zajemal ogled obeh proizvodenj, lendavske in ljubljanske ter spoznavanje z novostmi v naših programih. Produktna vodja Tanja Pristovnik jim je podrobno predstavila naš najnovejši izdelek, set za barvanje las TRIOCOLOR, spoznali smo jih tudi z novostmi v programu ČISTO.



Tanja Pristovnik o novih izdelkih



Pokal v rokah kapetana lendavske ekipe

## Potem družabno...

V družabnem delu srečanja lahko kot najpomembnejšo izpostavim nogometno tekmo, ki so jo naši lendavski sodelavci, na veliko željo gostov, v izjemno kratkem času pripravili na zavidljivi ravni. Na profesionalnem terenu, ki so ga gostje takoj zmanjšali na polovico igrišča so se kot na pravi tekmi pojavili igralci - lendavski delavci, glavni in stranski sodnik, vsi v popolni opremljeni. Poskrbljeno je bilo tudi za "tekoče zadeve", ki vzpodbujajo korajžo na igrišču in med navijači, manjkal pa ni niti fotograf z zelo velikim

profesionalnim objektivom in še večjim stojalom za fotoaparata.

Pokal, ki so ga gostje prinesli s seboj iz Jugoslavije je zaslužno ostal v Lendavi, rezultat 5:2 pa še premalo priča o premoči, ki so jo Lendavčani imeli na terenu. Resnici na ljubo naj povem, da je gostom na mokrem terenu drselo, kopačke so se tokrat pokazale kot še kako potreben kos opreme. Lendavsko moštvo je v

tudi direktor Izvoza I, Marko Otoničar, ki sicer ni zabil gola, tekkel pa je kolikor se je dalo, saj so tudi njega Lendavčani opremili s pravimi kopačkami in ščitniki za goleni oziroma "kostobrani", kakor



Zbrani ob krstu vina v kleti g. Ivanca

prvem polčasu okrepil jim pravijo naši gostje iz Jugoslavije. Bogat družabni del, v katerem so se odvile tudi mnoge resne teme je med drugim obsegal še ogled Ptujkega gradu, ki so ga tudi mnogi med nami Slovenci videli prvič. Bili smo še gostje v zidanici gospoda Ivanca, kjer smo na Martinovo krstili mlado vino. Naši gostje so obisk Ilirije zaključili s poslovnimi pogovori, v katerih ni manjkalo optimističnih načrtov za prihodnost in seveda z obveznim obiskom enega največjih nakupovalnih centrov v Evropi, ljubljanskega BTC-ja.

S. B.



Obe ekipi pred tekmo



“Na mladih svet stoji” pravi slovenski pregovor, ki ga upoštevamo tudi v Iliriji. “Kako?” se boste morda vprašali. Med mnogimi načini v Iliriji skrbimo za to, da vrata našega podjetja odpiramo mladim, osnovnošolcem, srednješolcem in študentom. Pri nas se spoznajo z utripom v podjetju, ogledajo si, kako poteka vhod surovin, ki so potrebne za proizvodnjo, delo v sami proizvodnji, način odpreme blaga. Predstavimo jim tudi zgodovino in razvoj našega podjetja ter celovit program izdelkov, ki ga tržimo doma in v svetu. Take izkušnje so za mladega človeka neprecenljive tudi za odločanje o svoji nadaljni poklicni poti hkrati pa spoznavajo vrednost Ilirijinih izdelkov, ki jih srečujejo v “svoji” trgovini, doma, za



Učenci srednje ekonomske šole iz Kamnika ob zaključku obiska v Iliriji



Študijska skupina učiteljev kemije

vogalom...

V letošnjem letu se je skozi naše prostore zvrstilo preko petsto mladih iz različnih šol širom Slovenije. V gosteh smo imeli “mladostnike” iz Ljubljane, Celja, Kamnika, Maribora, Kranja in Ivančne gorice, poleg njih pa tudi naše poslovne partnerje iz Jugoslavije in Poljske. Skupinam se s programom in temami, ki jih obdelamo, prilagodimo glede na smer šolanja, ki jo obiskujejo. Včasih sprejmemo tudi posebne študijske skupine učiteljev, skupino učiteljev kemije (na sliki) smo gostili v sredini letošnjega leta. Zaradi izrednega zanimanja za obisk Ilirije bomo z njimi nadaljevali, razmišljamo pa, da bi morda ponovno vpeljali “Dan odprtih vrat” in se takrat v celoti posvetili vsem, ki bi nas želeli spoznati tudi “od znotraj”.

S.B.



# "PREJ IN POTE" IZ NARTA STUDIA

S pominjam se časov, ko sem obiskovala gimnazijo. Brali smo Anteno in se navduševali nad spremembami, ki so se dogodile gospem in gospodičnam, ki so jih takrat v spoštovanem Narta studiu vzeli v "obdelavo". Njihove fotografije "prej" in "potem", objavljene v Anteni, so bile vsak teden zares vredne pozornega ogleda. S sošolkami smo sanjale o tem, kako bi bilo čudovito, če bi bile na njihovem mestu me, a Narta studio se nam je zdel tako nedosegljiv, ustanova zaprtega tipa za izbrane povabljenke. Svoje sanje smo žal morale uresničiti po drugi poti.

Sanje tistih časov pa me danes, ko sem v Narta studiu po službeni dolžnosti praktično vsak dan, večkrat spodbudijo, da kolikor nam čas dopušča, pripravimo takšno presenečenje in uresničitev sanj nekaterim, ki doživljajo tako kot jaz pred leti, da je vstop v to ustanovo nedosegljiv.

V mesecu oktobru, ko čudovite barve, ki nam jih v tem jesenskem času ponuja narava, željo po spremembi prebudijo tudi v nas, ženskah, smo v Narta studiu "spremenili" gospo Darjo Kozlovič, ki se je k nam pripeljala iz Kopra. Zaposlena je v zavarovalni družbi ADRIATIC, za njen obisk pa sem se dogovorila z mojo kolegico, urednico njihovega časopisa, gospo Olgo Pejovič z namenom, da Narta studio in znanje naših strokovnjakov spoznajo tudi zaposleni v njihovem podjetju.

Kako je svoj obisk v Ilirijinem Narta studiu doživljala ona, objavljamo v neokrnjeni obliki.

Saša Bezek

## Prej: Malo treme.

## Potem: Še bi šla v Narto!

V začetku poletja smo v službi klepetali o tem, da bi lahko katera izmed sodelavk odšla v Narta studio na "obdelavo", torej k Ilirijinim strokovnjakom, frizerju in visažistki. Ker sem že večkrat o tem prebirala v različnih naših in tujih revijah, sem se ponudila, da grem kar jaz.

Nisem bila prepričana ali je sodelavka mislila resno, zato sem jo čez nekaj dni pobarala:

"Olga, si mislila resno, ko si omenila tisto "prej & potem"?"  
"Jasno, da sem mislila resno. In ti?"  
"Seveda. Jaz tudi."

Minilo je poletje in čas dopustov. Nekega dne pa prihiti kolegica v pisarno:

"Darja, ali si se že ostrigla?" (Nekaj dni prej sem omenila striženje)  
"Ne, čakam na naslednji teden, ko bo moja frizerka v popoldanski ..."  
"Imaš kaj časa, telefon imam odprt, greš v Narta studio ta teden?"  
"Ja!"  
"Lahko v četrtek?"  
"Seveda!"  
"Zmenjeno. Ostalo se bova dogovorili pozneje..."

Naslednji dan so sledili napotki:

"Narta studio, Tržaška 40 v Ljubljani, ob 10.45 se javi pri gospe Saši Bezek."

Četrtek, 2. oktober.

Ura je 10.40. Stala sem pred vrati rdeče hiše na Tržaški. Trema, napetost... kaj je z mano, kot da bi morala na vrtanje zob k zobozdravniku!

"Dober dan!" Pričakajo me sami nasmejani obrazi. Sprejme me je gospa Saša Bezek. Potem se vse odvija zelo hitro. Predstavi me Tatjana Ljubič, vodji Narta studia in frizerju Matjažu Bavdku. Najprej sem bila presenečena: frizer - moški! "Ojej! Še nikoli me ni ostrigel moški."  
Odšli smo v frizerski salon. Fotograf me slika za spomin na prej.

Že sedim pred ogledalom na frizerjevem stolu. Frizer Matjaž pozorno študira goščavo na moji glavi.

"Kakšna želja?"

Edino kar ne želim, so kratki lasje. "Samo ne "na kratko!"

Frizer predlaga poživitev barve las - lesk z balzomom ali barvnim šamponom.

Naravna barva. Pristanem, naravne barve so mi všeč. "O.K. "

Spet sedim pred ogledalom. Priporoča mi gladko pričesko in svetuje skrajšanje las.

Jaz sem pet let vztrajala, da so lasje postopoma zrastle iz preveč kratkih v srednje dolge, on pa bi mi jih kar skrajšal!

Nezaupljiva sem, a vse kaže, da



Prej



Potem



Matjaž natanko ve, kaj dela. Prepustim se usodi ob zvoku škarij in britve. Kar bo pa bo. Pogledujem za odstriženimi lasmi, saj sem povedala, da nočem kratkih las!

Toda, glej glej! Moja končna podoba, ki me je še malo prej prestrašeno gledala iz ogledala, mi postaja vedno bolj všeč.

Saša Bezek me pospremi v kozmetični salon. Prijazna kozmetičarka, Marija Jaki

mi najprej pojasni, kako se osebe razvršča po tipih, kaj je potrebno pri vsem tem upoštevati: starost, videz, barvo las, ten kože..., pove pa veliko tudi o tem, kakšen tip kozmetike bi se mi najbolj podal. Svetuje mi, kakšne maske naj uporabljam, kako naj negujem kožo. Pove mi, kakšen način ličenja pri meni ne pride v poštev! In kaj vse človek ne izve, puder na primer se vedno nanaša navzdol in če ga nanesemo v obratni smeri dlačic na obrazu, se ga vidi! Gospa kozmetičarka nazadnje tudi

dokaže kar pripoveduje in s hitrimi potezami in primernim make up-om prikrije malenkosti, ki mi niso všeč in poudari tisto, kar je lepo.

Pred fotografiranjem mi frizer še enkrat popravi frizuro. In? V ogledalu sem uzrla novo podobo, ki mi je bila zelo všeč. "Hej! Še kdaj bi šla v Narto!" Kaj o moji novi podobi menite vi, pa presodite sami.

Darja Kozlovič

# Darila



**M**iklavž, Božiček in Dedek Mraz bodo tudi letos kupovali lična darila, ki so jih pripravili v našem oddelku Zastopstva. Izbirajo lahko med toaletnimi vodami "za njo ali za njega", v paleti izdelkov blagovnih znamk: Roccobarocco, Icewater, Tamango, Ballade a Venice in Pino Silvestre. Nekaj teh vam predstavljamo na slikah, ostale pa si lahko ogledate in kupite v trgovini Ilirija ter v vseh boljše založenih drogerijskih oddelkih trgovin širom po Sloveniji.





## ČISTO



Dandanes je čiščenje doma in delovnih prostorov pomembno tako iz higienskih kot tudi estetskih razlogov. Kljub tako jasnemu dejstvu pa je čiščenje še vedno proces, ki je večini, ki se ga morajo lotiti prav nadležen. Če na koncu zataji še učinek - površina ni čista in se ne sveti - je naša glava zagotovo idealen gostitelj za slabo voljo. Z izborom pravih čistil lahko prav hitro odpravimo te probleme (še posebej če zaupamo ta kvalitetna čistila drugi osebi, da opravi delo namesto nas).

Tudi v Iliriji smo mislili na te nadloge in tako že v osnovi kvalitetna čistila letos preoblekli v

nove obleke. Priznati moram, da je bil proces šivanja teh novih oblek precej dolg, a kaj ko na začetku nismo imeli prave tehnologije, nato so se pojavile težave s plastenkami in še kaj bi se lahko našlo. No, vsemu navkljub smo začetne težave premagali in danes imamo v novi preobleki štiri izdelke:

- Univerzalno čisto,
- Odstranjevalec loščil,
- Šampon za tekstilne obloge in
- Polituro za pohištvo.

Izdelki se na policah postavljajo s svojo velikostjo in vitkostjo, za kar se lahko zahvalijo ploščatim plastenkam. Da pa so videti še bolj privlačni in na oko dopadljivi (ker

na žalost še ne znajo sami skočiti v nakupovalni voziček), smo poskrbeli z živahnimi etiketami. Polituro pa smo pobarvali tako, kot se za izdelke, med katerimi tekmuje, spodobi - na oker. Luč sveta je ugledala tudi Pena za kopalnice, če se ne motim, smo vam jo predstavili že v eni od prejšnjih števil. Pena je uspešno nadomestila čisto za sanitarije. Vsi izdelki so pripravljene za prodajo na šest trgov, kar močno olajša izvozne manipulacije. Kmalu pa se bodo naštetim izdelkom v večjezični verziji priključili tudi čisto za steklo, WC čisto in detergent. Vsa čistila v liniji Čisto odgovarjajo sodobnim zahtevam čiščenja in jih odlikujejo naslednje lastnosti:

- visok čistilni učinek,
- enostavna uporaba,
- ne iritirajo kože,
- ne škodijo zdravju ljudi,
- so prijazna do okolja.

Pred Božičem pa le pospravite stanovanja, da se Božiček ne bo premislil, ko bo prinesel darila. Saj veste, kako so nas učili naši starši oziroma kako vi učite svoje otroke, da Božiček nosi darila le pridnim.

Tanja Pristovnik

## GO-KO

Ste se že kdaj vprašali, zakaj imate tako hitro umazano straniščno školjko? Morda veste, zakaj se na njenih robovih s svetlobno hitrostjo nabira vodni kamen? In zakaj v vašem WC-ju tako neprijetno smrdi?

Gotovo ste si izmislili kup izgovorov, pravi pa je le eden - NIMATE PRAVIH WC OSVEŽILCEV. Kako bi jih tudi imeli, če pa še niso na trgu. No če ste bili v fazi testiranja med tistimi srečneži, ki so dobili WC osvežilce domov in so morali pridno beležiti potege vode (beri: straniščna raziskava, ki je marsikomu naredila sive lase, pri večini pa sprožala salve smeha - predvsem ob obiskih prijateljev),



potem teh težav prav gotovo nimate več.

V februarju naslednje leto bodo s pomočjo naše nove tehnologije (upam, da bo v času, ko to berete že veselo v Lendavi) na trg prišli GO-KO WC osvežilci z novo kvaliteto in v novi obleki.

### Stari vonji v novih pastelnih barvah

Obdržali smo obstoječe tri vonje, in sicer: bor, cvet in limono, delno pa smo spremenili barve. Pri boru in limoni smo pustili osnovni barvi nespremenjeni, cvetni vonj pa odslej ne bo več v zeleni barvi, ampak v marelični. Vse barve bodo bolj pastelne. Izboljšali smo tudi čistilni učinek, podaljšali čas delovanja, prav tako pa smo povečali intenziteto vonja in penjenja. Novi WC osvežilci se ne "cedijo" in tako ne puščajo občutka zanemarjenosti, kot smo ga vse prevečkrat doživeli pri starih osvežilcih.

### Kvalitetna košarica

Tudi s košarico ne boste imeli več težav, kajti nova košarica je iz

enega samega kosa in tako ne bo potrebno več nadležno sestavljanje (gorje, če ste staro košarico narobe sestavili, ker ni bilo poti nazaj). Košarica omogoča tudi enostavno odpiranje in možnost uporabe refila.

### Nova embalaža

Izdelki tudi ne bodo več pakirani v zloženko. Pakiranje s košarico bo odslej na kartončku, ki ne bo ovit v kakršnokoli folijo ali v kaj podobnega. Vložek pa bo še vedno zaščiten pred zunanjimi vplivi, ker bo ovit v vodotopno folijo, ki bo omogočala, da košarico preprosto snamete iz kartončka in jo obesite na rob straniščne školjke. GO-KO WC osvežilec pa bo na voljo tudi v obliki refila (dva vložka skupaj), ki bosta pakirana v folijo, ki pa ni vodotopna.

Upam, da smo vas prepričali, da boste nove osvežilce kupili takoj, ko bodo prišli na trg in jih potem še dolgo kupovali in jih priporočali tudi vašim naslednikom (srečen konec, kot v dobri pravlji).

T.P.



Če letošnjo sezono ocenjujemo z vidika uspešnosti, moremo reči, da so se rezultati gibali znotraj zadovoljivega. Zadeve so potekale korektno in po principih že znanega, tako da do kakšnih nepričakovanih presenečenj ni prihajalo. Ker vem, da tisti pozornejši že med letom niste prezrli večino dogodkov, bo za obuditev spomina dovolj le nekaj utrinkov

**MICHAEL CLOSE, slike**  
razstavo smo pripravili skupaj z Veleposlaništvom R Makedonije



Michael Close in Rado Cerjak pred sliko, ki jo je avtor poklonil predsedniku države, Milanu Kučanu

**KARL ZELENKO, grafika**  
razstava je bila uvrščena v program EMK



Marija Ujević z dr. Ivico Maštruko, veleposlanikom R Hrvaške v Sloveniji

**MARIJA UJEVIĆ, kipi**  
razstava iz ciklusa razstav HRVAŠKE LIKOVNE UMETNICE V NAŠI GALERIJ ali SOSEDA PRIDE OB ŠESTIH, ki ga pripravljamo skupaj z Veleposlaništvom R Hrvaške in je bila predstavljena v okviru programa EMK



Karl Zelenko



Zdravko Gavran, Veleposlaništvo R Hrvaške, Anina Lasta Budor in Lilijana Domic, umetnostna kritičarka

**ANINA LASTA BUDOR, slike**  
razstava iz ciklusa HRVAŠKE LIKOVNE UMETNICE V NAŠI GALERIJ ali SOSEDA PRIDE OB ŠESTIH

Naj ob dani mi priložnosti izrazim še zahvalo gospodu Radu Cerjaku, s katerim sva zadnjih nekaj let preživljala in vsak po svoje doživljala uk o kulturi in umetnosti. Zase lahko rečem, da je bil ta čas pester, na trenutke celo zabaven, včasih naporen vendar poučen, da bi bil, ne da bi pretiravala, na koncu uspešen.

Hvala.

Tatjana Pinoza

## IZPADANJE LAS

### Nasvet gospe Ružene Černa izpred 50 let:

Izpadanje las prepreči večkratno umivanje glave z zvretkom rožmarina, lapuhove korenine in kadulje (žajbbla). Zelišča poparimo z vodo in pridamo malo žveplenega cvetja in barija (dobimo v drogeriji).

### V Iliriji pa svetujemo:

Uporabljajte Recept šampon proti pretiranemu izpadanju las. V kombinaciji z lotionom, balzamom in ampulami bo zaustavitev izpadanja las veliko preprostejša.



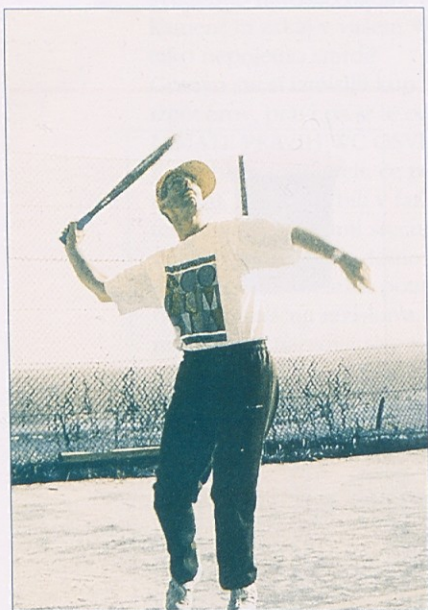


# 2. TENIŠKI TURNIR ILIRIJE



Čas je dragocen!

**K**er je čas dragocen, moramo z njim preudarno gospodariti. Ljubitelji tenisa smo sončno popoldne, 17. septembra 1997 izkoristili za teniški turnir na turistični kmetiji Grofija v Šentvidu pri Stični. Popoldansko sonce, jesenski čas z darovi narave (cviček), čudovito okolje, prijetna družba so bili dodatni razlogi, da smo druženje podaljšali v noč.



Zbranost ob servisu Srečku ni pomagala do ponovitve rezultata - na 1. turnirju je bil v zmagovalni dvojici

Igrali smo tudi tenis ...

### Rezultati:

1. mesto Lojzka, Dejan
2. mesto Marija, Janez
3. mesto Mojca, Iztok
4. mesto Rajko\*
5. mesto Nataša, Rado
6. mesto Rebeka, Srečko

\* v drugem delu je Rajko ostal brez soigralke zaradi pomanjkanja le-teh.

Lojzka, Dejan



Na zdravje za korajžo!



Zmagovalni par na desni

## NE POZABI

*Dolgi so večeri,  
še daljše so noči, ko tebe ni.  
Brez tebe sivo in prazno je prav vse.  
Morda ni prav, ker mislim le nase,  
saj na svetu je še kdo, ki rad te ima,  
ki te potrebuje in ti je zaklad.*

*Kje si? Včasih se sprašujem,  
kaj delaš takrat, ko te najbolj  
potrebujem?  
Me pogrešaš?  
Morda pa se ti čas prehitro vrti,  
da bi začutila osamljenost, vsaj v  
temi.*

*Vendar vedi, da v mislih sem s teboj,  
v dolgih večerih, ko v sobi le luč je z  
menoj,  
vztrajno gori in me jezi,  
ker brez tebe sem čisto sam v temi.*

*Pa kaj bi še našteval,  
želim in potrebujem te,  
s tem povedano je prav vse,*

*ja in še to, da ljubiti te,  
to neskončno je lepo.  
Ljubezen je lepa, le ljubiti je težko,  
dve srca morata biti za to.  
Praviš da ljubezen se težko pozabi,  
a jaz mislim da ne.*

*Ljubezni ni mogoče pozabiti,  
lahko jo je le na dno srca skriti,  
saj prava in resnična ljubezen je le  
ena,  
le ta pa se nikoli več ne ponovi,  
čeprav si tudi srce to želi.*

*Prave ljubezni ne poznaš,  
če je tudi sam ne doživiš.  
Ne moreš je razumeti  
in ji nato na stečaj odpreti,  
kajti vstopila bo sama,  
si utrla bo pot do srca  
in iz njega nikoli, nikoli več ne bo šla.*

*S. Dejan*



# KRONIKA ZAPOSLENIH

## AVGUST

### Odšli:

Saša Porenta, prodajalka, Prodaja Franko Šabec, trgovski predstavnik, Prodaja

## SEPTEMBER

### Prišli:

Tjaša Drašler, demonstratorica, pripravnica, Prodaja Damjana Kovačič, preizkuševalka frizerskih preparatov, Marketing Andrej Gomboši, samostojni kontrolor, Proizvodnja Lendava

### Odšli:

Stojan Azinovič, vodja maloprodaje, Prodaja Olga Devetak, vodja proizvodnje, Proizvodnja Ljubljana Metod Grebenc, samostojni raziskovalec, Izvoz sveč Nada Klobučar, vodja kadrovskega splošnega sektorja, KPP Janez Mlakar, skrbnik skladiščne informatike, Proizvodnja Ljubljana Olga Osolin, samostojna industrijska oblikovalka, Marketing Vida Potokar, planerka materiala, Proizvodnja Ljubljana Miro Varoga, vodja profesionalne prodaje, Prodaja Jože Vodopivec, vodja elek.vzdrževanja in energetike, Proizvodnja Ljubljana Marija Železnik, samostojna knjigovodja osnovnih sredstev, Računovodstvo in controlling

## OKTOBER

### Prišli:

Sebastijan Demojzes, demonstrator, Prodaja

### Odšli:

Pavla Perme, delavka, Proizvodnja Ljubljana Anka Sekulič, samostojna industrijska oblikovalka, Marketing Mateja Žvanut, direktorica Področja zagotavljanja kakovosti

## NOVEMBER

### Prišli:

Igor Jerina, samostojni tehnolog, pripravnik, Proizvodnja Ljubljana

### Odšli:

Alojz Hribernik, pripravljalec polizdelkov, Proizvodnja Ljubljana Janez Mravljec, skladiščni delavec I, Proizvodnja Ljubljana

STIČIŠČE izdaja ILIRIJA, razvoj, proizvodnja in trženje kozmetičnih izdelkov, d.d., Tržaška c. 40, 1000 Ljubljana. Ureja uredniški odbor: Jana Golob, Simona Goriup, Tatjana Ljubič, Tatjana Pinoza, Tanja Pristovnik, Katjuša Ziherl Jelušič. Glavna in odgovorna urednica: Saša Bezek. Naklada 1000 izvodov. Oblikovanje: Freedom, d.o.o., Ljubljana Črnuče, Šlandrova 10. Tisk: Studio Larharnar & Co., d.n.o., Kamnik. Fotografije: J. Erjavec, G. Bertok, Peter Uhan, Henry Lodwijk in arhiv Ilirije. December 1997

Po mnenju Ministrstva za informiranje z dne 25. maja 1992, št. 23/308-92, šteje glasilo Stičišče med proizvode informativnega značaja iz 13. točke tarifne št. 3, za katere se plačuje davek od prometa proizvodov po stopnji 5%.

## NAGRADNO VPRAŠANJE

Najnovejši izdelek, ki smo ga v oktobru lansirali na tržišče in o katerem lahko berete tudi v pričujoči številki je negovalna barvna krema v setu TRIOCOLOR s keratinom. Nagradno vprašanje, ki vam ga zastavljamo pa je:

**Koliko kosov setov TRIOCOLOR bomo prodali v mesecu februarju prihodnjega leta na slovenskem tržišču?**



Z nagradnim vprašanjem ne pričakujemo popolnoma točnega odgovora, nagradili bomo pet najboljših približkov. Popolnoma točen odgovor pa si bo prislužil še dodatno nagrado - športno torbo Ilirija. Za orientacijo pa vam povemo še, da smo ga v oktobru prodali 10.321 kosov, v novembru pa 5.528 kosov.

**Z bogatim darilnim paketom Ilirijinih izdelkov bomo nagradili pet odgovorov, ki bodo najbližji točnemu številu prodanih setov!**

Če svojega izvoda Stičišča ne želite poškodovati, lahko odgovor pošljete na kvalitetni fotokopiji.

### ODGOVOR NA NAGRADNO VPRAŠANJE

V mesecu februarju 1998 bomo na slovenskem trgu prodali \_\_\_\_\_ kosov negovalne barve s setu TRIOCOLOR s keratinom.

Ime \_\_\_\_\_ Priimek \_\_\_\_\_

Naslov \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Odgovore oddajte v skrinjice z napisom NAGRADNO VPRAŠANJE ali pa jih pošljite na naslov Ilirija d.d., Tržaška 40, STIČIŠČE - ZA NAGRADNO VPRAŠANJE. Vaše odgovore pričakujemo najkasneje do 31. januarja 1998.



# V BARVI JE MOČ.

## TRIO COLOR

HAIR COLOR CREAM  
NEGOVALNA BARVNA KREMA



## KO BARVA, NEGUJE.

Pogosta posledica barvanja so poškodovani in krhki lasje brez leska. Zaščitni protein **keratin** poveča trdnost las, preprečuje poškodbe, lasje pa so po uporabi Triocolor negovalne barvne kreme krepki, bleščeči in enakomerno obarvani.

19 privlačnih odtenkov Triocolor negovalne barvne kreme v setu vam pričara celo paleto različnih možnosti. Na voljo vam je 6 naravnih odtenkov, 11 modnih in 2 odtenka za svetljenje. Izberite tistega, ki vam najbolj ustreza. Navsezadnje poznate skrivnost svoje lepote le vi in nihče drug.

ilirija