



UVODNIK

Dolgujem vam opravičilo za polletni informacijski molk. Pripravljala sem junijsko številko, potem pa so prišle druge, nujne zadolžitve in nekaj že pripravljenih člankov je dolgo, predolgo obležalo v predalu. Res imam tudi nekaj težav z dopisniki, saj jim pisanje člankov ni v preveliko veselje. Slaba vest pa je moja in upam, da bom dobila "odpustke" s to prednovoletno številko, ki je pred vami. V njej sem zbrala nekaj najaktualnejših novic, nekaj pa je tudi starejših, seveda zaradi zgoraj navedenega razloga. Prebrali boste lahko:

- kako ocenjuje situacijo na Madžarskem naš vodja predstavništva Bojan Kulčar,
- zakaj in kako smo označili poslovne objekte in prostore,
- kdo so in kaj delajo v oddelku Analitike,
- kaj se dogaja v Investicijah,
- kako se trudimo na tržišču Hrvaške in Makedonije,
- da so v PC Sveče zelo dobro delali in zato dobili priznanje IKEE,
- zakaj se dodatno izobražujemo,
- kaj je to "LONDON PO LONDONU",
- o novih izdelkih,
- galeriji in še kaj.

Za novo, prihajajoče leto vam obljubljam, da se bom potrudila, da bodo novice mnogo bolj sveže prihajale do vas.

Še vedno si želim, da bi se tudi vi bolj aktivno vključevali pri sooblikovanju vsebine časopisa. Vse kaže, da gre pisanje vsem težko od rok, zato odpiram "vroči telefon". **Vsak prvi ponedeljek v mesecu, med 12. in 14. uro, me lahko pokličete na interni telefon 407 in mi poveste "kje vas čevelj žuli ali pa tudi, kje vas ne žuli".** Vesela bom vsake pohvale in kritike ter predlogov o čem naj še pišemo.

Želim si, da zvonjenje v teh dveh urah kar ne bi ponehalo.

Za konec vam in vašim družinam v imenu uredništva želim vesele božične in novoletne praznike ter izpolnitev vseh želja v novem letu 1995.

Saša Bezek

Spoštovani sodelavci!

Za nami je leto, za katerega prvič po kar nekaj kriznih obdobjih lahko rečemo, da nam vliva več optimizma za prihodnost.

Promet nam je uspelo povečati za 15% v primerjavi z letom 1993, to pa je rezultat večjih delovnih naporov, kar smo občutili prav vsi v kolektivu.

Časa za pobvale ali graje bo še dovolj ob analizi zaključnega računa, zdaj se lahko zadovoljimo s skupno ugotovitvijo, **da smo dobri.**

Žal pa je v poslovanju vedno tako, da nikoli ni mogoče spati na lovorikah. Pred nami je leto, ki zahteva nova potrjevanja, nove uspehe. Mnogo še potrebujemo: **utrditev naših blagovnih znamk v državah Srednje Evrope, potrdilo o kakovosti ISO, ki ga sicer napovedujemo že nekaj let zapovrstjo, ureditev prostorov za proizvodnjo kozmetike na lokaciji Tržaška cesta in hkrati opustitev lokacije Lavrica...**

Kar ne bomo zmogli v letu 1995, bomo uresničili v letu 1996. Zdaj namreč prvič po mnogih letih spet lahko načrtujemo za nekaj let naprej, saj so se razmere glede na pretekla burna leta, kar precej umirile oz. stabilizirale.

Delovnih izzivov nam ne bo zmanjkalo in pričakujemo živahno prihodnost.

Vsem vam v teh pribhajajočih časih, posebej pa še v letu 1995 želim predvsem zdravja in osebne sreče, za zadovoljstvo pri delu pa se bomo kar najbolj potrudili v vodstvu podjetja.

Srečno!

Rado Cerjak



ILIRIJA NA MADŽARSKEM

Obdobje zadnjih nekaj let bo zgodovina lahko zapisala kot zelo živahno politično obdobje. Če pod lupo vzamemo Evropo, ki nam je vsem tako pri srcu, so bila zadnja leta obdobje korenitih političnih, geografskih in gospodarskih sprememb. Razpad Sovjetske zveze, Jugoslavije, Češkoslovaške, še danes trajajoča vojna na ozemlju BiH, ki se žal odvija takorekoč v našem sosedstvu, vsi ti dogodki niso brez posledic. Splošna gospodarska kriza, ki je na tak ali drugačen način zajela ves svet, izguba velikega enotnega jugoslovanskega trga, globalizacija svetovne trgovine in izredno agresiven prodor konkurence, je ne samo Ilirijo ampak kar največ slovenskih proizvajalcev prisililo k temeljitim spremembam na področju pristopa k trgu.

Proizvodnja samo za domači trg ni več zagotavljala preživetja, potrebno je bilo poiskati nova, manj znana ali povsem neznana tržišča.

Kaj so sploh potencialni trgi? Sosednje države, države bivšega vzhodnega bloka, razvite zahodne evropske države, severnoevropske države, Azija, Amerika...? Ali pa moramo končno zavesti, da je ves svet en sam potencialni trg.

Eden med mnogimi je tudi trg Madžarske. Trženje proizvodnega programa podjetja (takrat še Ilirija Vedrog) je potekalo preko izvoznega - uvoznega podjetja Industrogradnja, ki je bil posrednik do velikih, dolgo časa monopolnih grosistov. Ti grosisti so bili dejansko največji uvozniki in distributerji izdelkov lahke kemične industrije nasploh. Bili so največji distributerji in monopolni uvozniki čistilnih sredstev za gospodinjstvo, negovalne in dekorativne kozmetike, sredstev za nego in zaščito zob ter ustne votline in kemičnih izdelkov za gospodinjstvo nasploh. Lahko govorimo o uvozu "vse" jugoslovanske kozmetične in lahke kemične industrije. Proizvajalci, tako tudi Ilirija, pravega neposrednega stika s trgovino niso imeli niti z distributerji niti s končnimi potrošniki. Izvožene količine so bile velike. Zaradi izredno slabe ponudbe na trgu je takojmenovano "jugo" blago na takratnem madžarskem trgu bilo izredno iskano (Saponia, Pliva, Krka, Ilirija, Lek...).

Z začetkom političnega odpiranja in liberalizacije gospodarstva leta 1989 in 1990, se je način trgovanja in pristop k trgu bistveno spremenil. Z libera-

lizacijo uvoza celotne palete kemičnih izdelkov se je sprostil boj za trg. Na relativno majhnem trgu desetih milijonov prebivalcev se je pojavila močna ponudbena konkurenca. Pojavile so se velike multinacionalke: Unilever, Henkel..., ki so se aktivirale pri privatizaciji zanimivih domačih podjetij.

Poleg njih se je na trgu pojavilo izredno veliko število trgovcev, ki so trgovali s široko paleto izdelkov kozmetike in kemičnih izdelkov. Pojavila se je velika in raznovrstna ponudba, ki se je tekoče prilagajala trenutnemu povpraševanju. Povpraševanje je bilo predvsem po izdelkih iz zahodnega sveta, nič več po izdelkih iz Jugoslavije. Končni potrošniki so bili lačni novih, vendar znanih blagovnih znamk in siti izdelkov iz "socialistične" ponudbe.



Stojnica Ilirije na prireditvi DIVAT FORUM

Vzporedno s tem se je pojavila "siva trgovina". To so trgovci, včasih fizične osebe, ki so blago uvažali mimo uradnih carinskih poti. Blago so ponujali po izredno pristopnih cenah, celo 30% ceneje od ostalih. To blago se je in se še prodaja na uličnih stojnicah, tržnicah, trafikah, ipd.

Velika proizvodna podjetja so pričela s samostojno distribucijo, ki so jo v veliki meri podprla z močno propagando. Omenjeni načini prodaje so imeli močan, neugoden vpliv na prodajo velikih grosistov, ki so nekdaj uživali vlogo monopolistov in so si trg kvečjemu delili le sami med seboj.

Vsi ti dejavniki so imeli odločilno vlogo, da se je naš izvoz na Madžarsko v minulih letih občutno zmanjšal. Borba za mesta na policah je postala neusmiljena. Omenjeni vplivi in globalizacija trga nasploh so prispevali k drugačnemu načinu pristopa do trga.

Začetki neposrednega kontakta z madžarskim trgom segajo v obdobje 1990/91, ko so bili navezani stiki z distributerjem profesionalne (frizerske) lasne kozmetike. Omenjeni distributer je prodajal samo izdelke iz programa lasne kozmetike, ostali proizvodni programi pa so iskali druge distribucijske kanale.

Ker z obsegom prodaje nikakor nismo bili zadovoljni, sem v drugi polovici leta 1992 dobil nalogo neposrednega povezovanja in pomoči obstoječemu distributerju, ter iskanja novih partnerjev preko katerih bi lahko dosegali željene rezultate.

V drugi polovici leta 1993 smo pričeli s postopki za registracijo lastnega predstavništva, ki je bilo s strani madžarskega Ministrstva za zunanjo trgovino potrjeno 5. aprila 1994. Ilirija je tako v letošnjem letu pričela s samostojnim nastopom na tem trgu.

izvajalcev, so obiskovalci lahko uživali v bogatem programu:

1. show programi strokovnih ekip (Wella, Schwarzkopf, Londa, Stella-Ilirija team...)
2. strokovni programi na podiju
3. modne revije
4. glasbeno-zabavni program

Ilirija se je predstavila s samostojno razstavno stojnico, kjer so bili predstavljeni programi vseh štirih profitnih centrov: Kozmetike, Lasne kozmetike, Kemije in Sveč. Poleg tega pa se je Ilirija skupaj s Stello predstavila še širokemu občinstvu s show programom in strokovnim simpozijem. Ekipo Stella - Ilirija team so predstavljali: Peter Klinc, Matjaž Bavdek, Nagy Sándor, Balázs Gábor. Pripravili so show program z naslovom "Hair war" (prev.: "vojna las"), na koreografijo Nagy - Bálázs. Nastop je bil zelo atraktiven, poln gibanja, avdio-vizuelnih efektov, mladosti, moči in lepih modelov. Poleg frizerjev je v nastopu sodelovalo 12 modelov, različnih dolžin in barv las. Predstava je bila izredno kvalitetna in lepo sprejeta pri občinstvu. Po mojem mnenju in mnenju mnogih drugih obiskovalcev, je bila po kvaliteti (frizure, glasba, efekti, koreografija...) pred vsemi ostalimi. Na strokovnem simpoziju smo skozi 60 minutno predavanje predstavili izdelke in uporabo le-teh v praksi. G. Peter Klinc je prikazal barvanje s Triocolorjem, g. Matjaž Bavdek pa sredstva za kodranje las Noval. O negi in pomembnosti nege las, ter vlogi izdelkov Ilirije sta predavala madžarska frizerja g. Nagy in g. Bálázs.

V dveh dneh je "Divat Forum" obiskalo preko 17.000 obiskovalcev, razstavljalcev pa je bilo okoli 60.

In kaj je Iliriji "prinesel" Divat Forum?

Vse večjo prisotnost v "ušesih" frizerske in kozmetične stroke, nove stike s potencialnimi kupci, priložnost za izmenjavo mnenj z domačimi in tujimi proizvajalci in še bi lahko našteval, vendar mislim, da vsi vemo, da pravi odzivi na razstavo in prireditve pridejo nekaj kasneje.

Prve korake pri utiranju prodajnih poti na madžarski trg smo storili, potrebno pa bo še veliko sekanja z mačeto in utiranja poti skozi džunglo konkurence do potrošnikov.

Bojan Kulčar

PRIDRUŽITEV PODJETJA ILIRIJA LENDAVA MATIČNEMU PODJETJU V LJUBLJANI

V začetku meseca julija smo tudi formalno zaključili postopek pridružitve podjetja Ilirija Lendava matičnemu podjetju v Ljubljani.

Odločitev, ki so jo narekovali predvsem ekonomski razlogi je bila sprejeta že v letošnjem aprilu, ko smo pričeli s prvimi potrebnimi aktivnostmi za pridružitve takoimenovane "Lendave".

V novi organizaciji je Ilirija Lendava postala proizvodni obrat, vse dela

vce smo tudi formalno prerazporedili v matično podjetje Ilirija Ljubljana in na novo uredili potrebna razmerja s poslovnimi partnerji.

Nova organiziranost bo pripomogla in že pripomore tudi k lažjemu komuniciranju s tržiščem in uveljavljanju Ilirije kot enovitega srednje velikega podjetja.

65 85 5531 / 1894
Simona Goriup



Predstavlja se vam

ODDELEK ANALITIKE

v Področju zagotavljanja kakovosti

V PODROČJU ZAGOTAVLJANJA KAKOVOSTI (PZK), katerega direktorica je mr. Mateja Žvanut, so organizirane naslednje službe:

- Center kakovosti (CK)
- Analitski oddelek
- Oddelek za razvoj in standardizacijo embalaže (ORSE)
- Mikrobiološki laboratorij

V tem sestavku bom opisala delo analitskega oddelka, ki ima svoj prostor v stavbi G v 1. nadstropju. V Oddelku analitike delamo: vodja oddelka Bernarda Doma dipl. ing. kemije, Neda Lengar ing. kemije, kemijski tehniki Tanja Hegler, Tatjana Pinoza in Slavica Vidrih.

V ILIRIJI sta se v sedemdesetih letih razširila razvojni sektor in proizvodni program, saj je trg postal vedno zahtevnejši. Takrat se je začel razvijati analitski oddelek v razvojnem sektorju. Razvojniki so ugotavljali, da so samo organoleptične metode (izgled, vonj, barva) in še nekaj klasičnih kemijskih analiz nezadostni za strokovno poglavljen razvoj in kontrolo.

Mr. Mateja Žvanut je zaorala ledino z razvojem postopkov za analizo surovin, kozmetičnih in kemijskih produktov z namenom, da bi znali boljše ovrednotiti kakovost vhodnih materialov in proizvodnih izdelkov. S smiselnim vplivom je usmerjala investicije v laboratorijsko opremo za kemijsko analizo.

V vseh teh 24 letih nenehno dopolnjujemo opremo in znanje ter v okviru denarnih zmožnosti sledimo novostim na področju analitske kemije v naši panogi.

Analitski oddelek dela za potrebe vseh profitnih centrov: Lasno kozmetiko, Kozmetiko, Kemijo, Sveče in Eterol.

Naloge lahko razdelimo v naslednje skupine:

1. IZDELAVA STANDARDOV KAKOVOSTI SUROVIN

Ko se razvojni inženir odloči za novo surovino ali zamenjavo surovine v izdelkih proizvodnega programa, preda v analitski oddelek vzorec s

podatki dobavitelja in naša naloga je, da izdelamo Standard kakovosti za to surovino. To pomeni, da naredimo analizo po že uvedenih metodah ali sami pripravimo nove analitske postopke.

Včasih potrebujemo dodatno laboratorijsko opremo in tudi kemikalije. V tem primeru je analiza dolgotrajnejša, ker so kemikalije skoraj vedno uvožene in tudi nabava opreme ne poteka ravno z veliko hitrostjo.

Odločitev, katere lastnosti so najpomembnejše za surovino, kako izbrati fizikalne in kemijske parametre, da zajamemo vse pomembne značilnosti, je odgovorna naloga.

Preveč zahtevanih parametrov pomeni več časa in kemikalij v vhodni kontroli, premalo ali izpuščen pomemben parameter pa lahko povzroči probleme v proizvodnji ali vpliva na kvaliteto izdelka. Po opravljenih analizah in zbranih podatkih napišemo STANDARD KAKOVOSTI ZA SUROVINO in ga predamo v kontrolno in nabavno službo. Standard kakovosti vnesemo v računalniški sistem COPICS, kjer imajo vpogled v njegove podatke tudi v razvoju, skladišču in tehnologiji.

2. SODELOVANJE PRI IZDELAVI STANDARDOV KAKOVOSTI POLIZDELKOV

Ko razvoj izdelka recepturo za nov izdelek ali spremeni že vpeljeni izdelek, prinese v analitski laboratorij vzorec polizdelka z naročilom, da analiziramo za Standard kakovosti polizdelka vse parametre, ki so pomembni za zagotavljanje konstantne kakovosti na primer: vsebnost sestavine, ki je pomembna za delovanje izdelka, gostota, procent suhe snovi, pH-vrednost, viskoznost itd.

3. ANALIZIRANJE IZDELKOV IN SUROVIN V FAZI RAZVOJA

Ko razvojniki pripravljajo nov izdelek, ugotavljajo njegove lastnosti, uporabnost in trajnost. Pri tem mu pomagajo tudi podatki, ki jih dobi s pomočjo fizikalnih in kemijskih analiz polizdelkov. Te analize opravimo v našem oddelku.

Karakteristike		Rezultati analize	Predpisana vrednost (sk)	Anal. metode
1) izgled:				
- konsistenca:	zelo viskozna tekočina			0-7
- barva:	umazano bele barve			
- vonj:	specifičen			
2) pH (direktno)	10,37			P-56
3) proste alkalije (NaOH) v vodi	0,35%			A-27b
4) proste alkalije (NaOH) + alkoholu	0,064%			A-27a
5) gostota (20°C)	1,235 g/ml			G-2
6) PAS (alk. topno)	11,45%			P-5
7) η (20°C)	24"			V-24 (sobn. 5)
8) suha snov	29,7%			S-24a 20 HEAT

Analiziral: 1.-7. Hegler Tanja Vodja oddelka: Neda Lengar Datum: 23. 3. 94

Primer izvida analize za polizdelek





Pri razvoju kozmetičnih in kemijskih izdelkov je zelo pomembna informacija o lastnostih in sestavi izdelkov, ki se pojavljajo na tržišču. Zato se ukvarjamo tudi z analizo konkurenčnih izdelkov, kar zahteva od analitika veliko potrpežljivosti in vztrajnosti, seveda pa tudi dobro poznavanje materialov in analitskih postopkov.

4. RAZVIJANJE ANALITSKIH METOD ZA ANALIZO IN KONTROLO

Pomembna naloga za naš oddelek je spremljanje novosti in sprememb na področju analitske opreme, metod, domačih in tujih standardov.

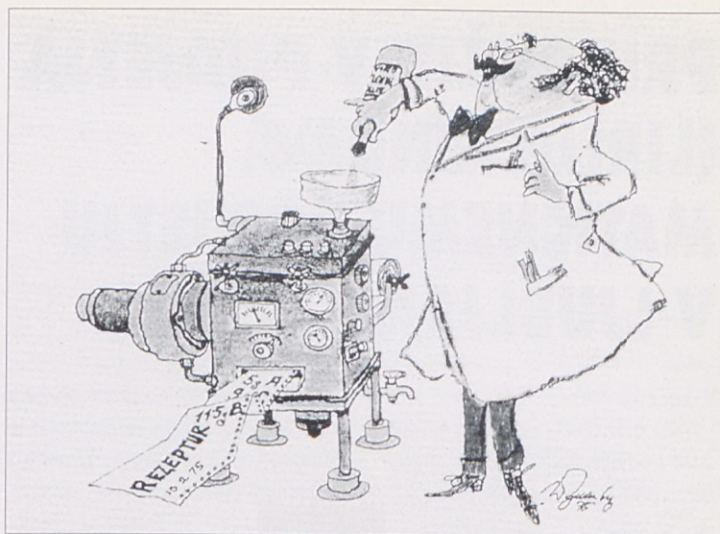
Kot osnova za razvijanje analitskih metod nam služijo podatki iz literature. Postopke preizkusimo v praksi in s prilagajanjem na naše specifične surovine in izdelke uvajamo analitske postopke, ki so osnova za delo kontrole pri analizi surovin in polizdelkov. Doslej imamo vpeljanih okrog 500 metod, ki jih skušamo uskladiti z mednarodnimi standardi.

5. REDNA KONTROLA NEKATERIH SUROVIN IN POLIZDELKOV

Zaradi dragih laboratorijskih instrumentov ni smiselno nabavljati potrebno opremo za vsak kontrolni laboratorij v PC. Zato v oddelku analitike kontroliramo vhodne surovine in polizdelke, kjer se zahtevajo analize s plinsko kromatografijo, spektrofotometrijo, tenkoplastno kromatografijo, sejalno analizo in še nekatere posebne analitske metode. Kontroliramo vse prve pošiljke novih surovin, da se prepričamo, če so predpisane metode in številčne vrednosti parametrov v SK pravilne in da uskladimo rezultate s kontrolnim laboratorijem.

6. IZVAJANJE DODATNIH ANALIZ PRI REKLAMACIJAH IN PROBLEMIH V PROIZVODNJI

Pri reševanju reklamacij in problemih v proizvodnji pomagamo z analizami razvoju in kontroli, ki največkrat rešujeta te dodatne naloge.



Princip najenostavnejše analitske metode, vir Dragoco report 5/93

Pri našem delu uporabljamo različne instrumente, ki so sposobni dajati vedno boljše rezultate, toda z njimi lahko delajo le izkušeni in šolani analitiki. Vsekakor ima večletna praksa v analitskem laboratoriju velik pomen za kvalitetno opravljeno delo. Zato vlaganje v opremo mora spremljati tudi istočasno izobraževanje zaposlenih, kar v našem oddelku ne zanemarjamo.

Ne morem pozabiti prve ure predavanja iz anorganske kemije pri pro-

fesorju Brčiću, ki je na tablo napisal Konfucijev izrek: TEORIJA BREZ PRAKSE JE JALOVA, PRAKSA BREZ TEORIJE JE NEVARNA.

Posebno je to pomembno v času, ko se pripravljamo na pridobitev certifikata ISO 9000, ki zahteva popolno obvladovanje kakovosti.

Naš cilj je seveda ta, da z delom v analitskem oddelku prispevamo k proizvodnji izdelkov brez napake.

Bernarda Doma

IZOBRAŽEVANJE V ILIRIJI

Izobraževanje delavcev sodi med pomembnejše programe kadrovskega pravnega področja. Predstavila bi ga lahko v naslednjih skupinah:

- vodenje poslovanja
- kakovost v Iliriji
- specifično strokovno izobraževanje
- usposabljanje za uporabo računalnikov
- jezikovno izobraževanje

1. VODENJE POSLOVANJA

Programi v tej skupini zajemajo naslednje teme: upravljanje s človeškimi viri, aktivno vodenje, poslovna pogajanja, večšine poslovnega nastopanja, vodenje prodaje, mednarodno trženje, ciljno usmerjena prodaja, komunikacijske veščine, vodenje projektov.

Izobraževanje deloma že poteka, deloma bo potekalo v dvo in tridnevni delavnicah, za katere je značilno aktivno sodelovanje, analiziranje situacij in trening. V program je vključenih najmanj 50 delavcev, katerih delo je

vodenje in delo z ljudmi, sodelovanje in vpliv na razvoj medsebojnih odnosov in razvoj delavcev.

Z izobraževanjem želimo izboljšati kvaliteto vodenja, saj so znanja o vodenju in sproščanju ustvarjalnih človeških potencialov v razvitem svetu že zdavnaj vključili v temeljna funkcionalna znanja.

2. KAKOVOST V ILIRIJI

V program so vključene teme, ki so že in bodo še omogočale vodjem in članom "timov" kakovosti osvojiti osnovne veščine pri urejanju kakovosti poslovanja v skladu z ISO 9000.

V programu smo že lani obdelali temo o komuniciranju in reševanju problemov v skupini. Vanjo smo vključili večino delavcev v Iliriji, saj je sleherni delavec ključni dejavnik celovitega obvladovanja kakovosti v podjetju. Znanje o celovitem obvladovanju kakovosti bomo poglajbali na vseh področjih, od vodij do individualnih izvajalcev del in internih presojevalcev kakovosti.

V sodobnem podjetju, v kakršnega se Ilirija razvija, pa je kvaliteta poslovanja pomembno odvisna od uspešnega skupinskega dela.

3. SPECIFIČNO STROKOVNO IZOBRAŽEVANJE

Posamezni strokovni delavci so vključeni v različne oblike strokovnega izobraževanja s področja marketinga, tehnologije, analitike, ekonomije, obvladovanja stroškov, računovodstva, financ, zunanjetrgovinskega poslovanja, pravnega področja, zaposlovanja in nagrajevanja. Iz varstva pri delu periodično usposabljam vse delavce in njihove vodje.

Za razvoj posameznikov in s tem tudi podjetja vključujemo mlade strokovnjake v večtedenske študijske oblike izobraževanja, ki potekajo praviloma v tujem jeziku in jih vodijo priznani strokovnjaki iz razvitih dežel. To so programi: "Vodenje poslovnih procesov", "Sola mednarodnega trženja", MBA - mednarodni podiplomski študij menedžmenta in podiplomski študij marketinga.

4. USPOSABLJANJE ZA UPORABO RAČUNALNIŠKIH PROCESOV

Skladno z razvojem informatike se večja tudi potreba po uporabi novejših računalniških programov za obdelavo finančne in računovodske dokumentacije, izračune osebnih dohodkov, hitrejšo administracijo in korespondenco, planiranje vseh vrst in spremljanje rezultatov prodaje. V tečajih je vključenih skozi vse leto najmanj 35 delavcev.

5. JEZIKOVNO IZOBRAŽEVANJE

Učenje angleškega in nemškega jezika postaja nujna. V Iliriji potekajo tečajji v petih skupinah, posamezniki, ki odstopajo od povprečnega znanja obstoječih skupin v podjetju, pa se jezikov učijo v zunanjih institucijah. To je kratek pregled izobraževalnih programov, ki smo jih izbrali v letošnjem letu.

Prihodnjic bomo predstavili nekaj posameznih zanimivejših programov.

Lidija Voljč - Kumše

USMERJEVALNO OZNAČEVANJE IN OZNAČEVANJE PROSTOROV V ILIRIJI

Tako kot nam obleka, ki jo človek nosi, pove marsikaj o njem, tako nam tudi izgled poslovnih objektov in prostorov podjetja govori o njegovi vsebini, velikosti, moči in naravnosti do okolja. Izgled poslovnih objektov in prostorov je tako eden od elementov, ki vplivajo na predstavo o podjetju oziroma na njegov "image".

V Iliriji smo zaradi objektivnih vzrokov z novim obeleževanjem podjetja, kljub temu, da je bila celostna podoba spremenjena že v letu 1993, pričeli šele v letu 1994 s postavitvijo novih označevalnih tabel in novim označevanjem prostorov. Do sedaj smo naredili sledeče:

LOKACIJA TRŽAŠKA 40

Zunanje velike table

Postavljene so štiri velike zunanje table:

- pri Narta studiu
- pri službenem vhodu
- pred poslovno zgradbo
- na zelenici poleg table Petrola.

Vse table so osvetljene.

Oznake objektov

Objekte smo označili s črkami ter s področji dela, ki so v objektu. Kjer je bilo mogoče, smo črkovno oznako in področja dela v objektu združili, pri stavbah, kjer to ni mogoče oziroma ni smiselno pa je objekt posebej označen s črko, vsebinsko pa posamezni vhodi.

V posameznih objektih so naslednje službe oz. dejavnosti:

Objekt A - vodstvo, trgovina, galerija

Objekt B - objekt oddajamo, trenutno imamo označene naslednje podnajemnike: Keral Lendava, IIOR, Zala, d.o.o.

Objekt C - skladišče gotovih izdelkov, distribucija, investicije, varnost pri delu, priprava dela, poštna odprema paketov

Objekt D - skladišče surovin in nevarnih snovi, skladišče vnetljivih tekočin, skladišče embalaže

Objekt E - mizarska delavnica, tiskarna, mehanična delavnica, vzdrževanje, kotlovnica

Objekt F - proizvodnja lasne kozmetike

Objekt G - razvoj, kakovost, PC Eterol, knjižnica, oblikovanje, restavracija



Nova tabla pred vhodom v poslovno hišo

Objekt H - aranžersko skladišče, skladišče propagandnega materiala, pralnica, skladišče eteričnih olj
Posebej smo označili še: gasilsko orodjarno, vozni park, transport, vratarnico, gasilsko operativno, d.o.o. PAPKA in d.o.o. SeEVil.

Oznake prostorov

V objektu A smo na novo označili:
- delovne prostore zaposlenih v Iliriji
- delovne prostore podnajemnikov Ilirije
- tehnične prostore
- posamezna nadstropja
- smeri pisarn po številkah (izvedeno je bilo preštevilčenje le-teh)
- splošno in zobno ambulanto
- UBK banko
- vse podnajemnike na tabli v pritičju

V objektu C, G, D in Narta studiju smo označili:

- delovne prostore zaposlenih v Iliriji
- tehnične prostore

Za objekt F smo pripravili table za označitev tovornih ploščadi, ostale prostore pa bomo označili, ko bo dokončana rekonstrukcija proizvodnje. Označili bomo še Galerijo Ilirija ob samem vhodu v poslovno hišo.

LOKACIJA LAVRICA

Na Lavrici smo staro tablo z napisom Ilirija Vedrog obnovili in jo opremili z novim znakom našega podjetja. Delovnih prostorov nismo označevali, ker je predvidena selitev proizvodnje.

LOKACIJA LENDA VA

Tudi v Lendavi smo postavili veliko zunanjo tablo pred vratarnico, na objektu smo označili kje se nahajajo vodstvo, proizvodnja in skladišče gotovih izdelkov. V objektu smo označili pisarne in tehnične prostore. Poslovnim partnerjem pa smo olajšali iskanje našega proizvodnega obrata z namestitvijo štirih označevalnih tabel ob cestišču.

V letu 1995 bomo namestili še večji napis na strehi poslovne stavbe na Tržaški cesti ter na proizvodni obrat v Lendavi.

S tem bo novo označevanje naših objektov in prostorov zaenkrat zaključeno, na nas pa je, da napisi ne zastarijo, zato vas prosim, da vse eventualne poškodbe ali spremembe javite meni, da bomo ohranili aktualnost napisov.

Saša Bezek

INVESTICIJE SO ŠE KAR V TEKU

Modernizacija proizvodnje napreduje po zastavljenem planu, ki smo ga opisali v prejšnji številki Stičišča.

Investicijo 1. polletja 1994, to je zamenjava inštalacijskih vertikal, obnova nevtralizacijskega bazena, obnova glavne pralnice in garderob s sanitarnim delom ter modernizacija toplotne predpostaje v kleti proizvodne stavbe, smo z izjemo nekaterih dodelav in dopolnilnih opravil, predali proizvodnji v uporabo, nevtralizacijski bazen pa bo zaradi številnih manjših izboljšav dokončno predan v uporabo v tem mesecu, decembru 1994.

Že od septembra poteka živahna dejavnost pri obnovi skladišča surovin in reprodukcijskega materiala ter raztehtovalnice. Dela bodo končana v drugi polovici meseca decembra. Obenem potekajo nekatera dodatna nepredvidena dela - ureditev kleti in zamenjava tistega dela instalacij v proizvodnem objektu Lasne kozmetike, ki so izrabljena in zato potrebna takojšnje prenove, čeprav je bila ta načrtovana za kasneje; pregled inštalacijskih oblog je namreč pokazal, da je stanje slabše od načrtovanega. Nekateri cevovodi so nakazali nujnost obnove kar sami, ker so pričeli puščati in tako ni več nobenega dvoma o potrebnosti njihove zamenjave.

Poleg naštetega se pospešeno pripravljamo na izbiro izvajalca modernizacije eksplozijsko ogroženega dela proizvodnje, tako imenovanih "S" prostorov. Z njihovo izvedbo bomo pričeli prihodnje leto v mesecu januarju.

Nabava osnovnih sredstev poteka v skladu z letnim načrtom ob nekaterih spremembah, ki so jih narekovale spremenjene potrebe. Letos smo uvedli dotiskovanje zloženk z oznakami posameznih števk izdelkov in EAN kodo na novem stroju za fleksotisk. Do konca leta ali v začetku prihodnjega, bomo dobili nov stroj za izdelavo in polnjenje blazin (sašetov) iz različnih termoplastično varljivih folij. Zaradi večje okvare starega agregata smo morali zamenjati agregat za rezervno napajanje z električnim tokom. Tri posode z mešali smo nadomestili z novimi, ker so bile stare razjedene, prav tako smo zaradi neuporabnosti izločili en duplikator in naročili novega.

Kot vidite, se na področju investicij dogaja veliko novega - proizvodni prostori in oprema postajajo primerni času in zahtevam.

Matjaž Kogoj
Tomaž Saksida

OBDELAVA HRVAŠKEGA IN MAKEDONSKEGA TRGA

Po razdelitvi Jugoslavije na posamezne države, smo v Iliriji ustanovili podjetje Ilirija trade za trženje naših programov v novo nastale države. Trženje izdelkov na Hrvaškem in v Makedoniji izvajamo preko groističnih podjetij, ki so jih ustanovili naši

prejšnji potniki v teh državah. V obdobju zadnjih treh let na teh področjih nismo veliko vlagali v propagando oziroma kakršnokoli promocijo izdelkov, tako niti kupcem niti končnim potrošnikom nismo predstavili nove programe Ilirije. Če nismo



Začne se s predstavitvijo podjetja...



nadaljuje s predstavitvijo programov...

želeli, da bi nas na teh trgih počasi pozabili, smo morali aktivno pristopiti k obdelavi trga tako na Hrvaškem kot tudi v Makedoniji.

Kupci na teh tržiščih so se v zadnjih letih še bolj kot pri nas, zelo spremenili. Veliki sistemi so ali propadli ali pa se razdrobili. Mnogo je bilo tudi kadrovskih menjav, zato smo se v prvem koraku odločili, da naše programe predstavimo direktno našim "novim" kupcem - trgovcem.

Skupaj z našimi predstavniki - distributerji na teh tržiščih smo v juniju



nastopom Zorana in Matjaža...

pripravili štiri prezentacije, ki smo jih dopolnili še z dvodnevni tečajji za frizerje.

Cilji, ki smo si jih zastavili in jih uresničili so bili naslednji:

1. Predstaviti Ilirijo z novo celostno podobo in skrajšanim imenom (brez Vedrog),
2. Opozoriti na našo tradicijo s podelitvijo priložnostnega cekina ob 85-letnici podjetja,



vrhunskim ličenjem Marije...

NOVA ORGANIZIRANOST PRODAJNE MREŽE V PC KOZMETIKA

Profitni center Kozmetika se je že predstavil v prvi številki Stičičča. Ker je od takrat minilo že dobro leto, lahko rečemo, da je tudi pri nas kar veliko novega.

Kljub težavam, ki smo jih deležni vsak dan na trgu ob tekmovanju s svetovnimi blagovnimi znamkami, smo svoj tržni delež v tem obdobju zadržali. To dejstvo je rezultat dveh faktorjev:

1. Posodabljanja blagovnih znamk z novimi proizvodi, ki smo jih uspeli razviti in jih proizvajamo za trg

in

2. Organiziranja lastne prodajne mreže.

O oživiljanju in novostih na področju našega prodajnega programa smo

vas postopoma že obvestili v posameznih številkah Stičičča. Zato bom v tem članku predstavila le drugo točko, to je, prodajno mrežo v našem profitnem centru.

Kaj vsebuje pojem "prodajna mreža"?

S pojmom prodajna mreža razumemo poslovno funkcijo prodaje.

Prodajno funkcijo opravlja skupina ljudi, ki skrbi, da naši izdelki niso le prodani, pač pa, da zanje dobimo tudi plačilo. Ker mislimo na prodajo na slovenskem trgu, lahko posplošimo, da je prodajna mreža tem bolj učinkovita, čimveč izdelkov prodamo in da so ti izdelki stalno prisotni na trgu.

Organiziranost prodajne mreže

Ko smo organizirali prrofitne centre, smo tudi funkcijo prodaje postavili v njih. Zaradi racionalizacije poslovanja pa smo se odločili, da imata

3. Predstaviti vse programe s povdarkom na novih linijah,
 4. Izpostaviti našo konkurenčno prednost s "show" nastopom predstavnikov demonstracijskega in izobraževalnega centra Narta studija.
 5. Z izpeljavo dvodnevni frizerskih tečajev frizerjem ponovno približati naše izdelke in jim skozi strokovno delo demonstratorjev lasne kozmetike obuditi zaupanje v naše izdelke.

Prezentacije in frizerske tečaje smo izpeljali v Skopju, Splitu, Zagrebu in Opatiji. Odziv vabljenih kupcev in frizerjev je bil zelo velik, po njihovih izjavah pa je bilo čutiti, da so bili z našo izvedbo prezentacije in frizerskih tečajev zelo zadovoljni.

V Splitu smo prezentacijo v obliki 15 minutne reportaže predstavili preko lokalne televizije, v Opatiji pa smo



defilejem mojstra Petra...



podelitvijo zlatnikov...



razgovorom s poslovnimi partnerji...



in zaključiti z nasmehi na obrazih po končanem delu.

našo prisotnost izkoristili za sodelovanje v polurni radijski oddaji o modi, na Radiju Reka.

Na koncu naj še zapišem, da so naše prezentacije uspeli tudi in predvsem zaradi izjemno požrtvovalnega dela našega sodelavca g. Stojana Azinoviča, ki je reševal vse kritične nepredvidljive trenutke, skrbel za ne-

moten potek prireditev in imel, kakor radi rečemo, v rokah stalno vse niti.

Taka oblika neposrednega stika s predstavniki trgovskih podjetij bo nujna tudi v bodoče, zato počasi že pripravljamo vsebino prezentacij za leto, ki prihaja.

Saša Bezek

profitna centra Kemija in Sveče svoje skupne predstavnike - potnike na terenu, profitna centra Lasna kozmetika in Kozmetika pa svoje.

V lanskem letu pa smo sprejeli odločitev, da profitna centra Lasna kozmetika in Kozmetika postavita vsak svojo prodajno mrežo. Cilj je bil vsekakor večja prodaja. Zavedati se moramo, da so se v lanskem letu sprostile uvozne omejitve, kar je imelo za posledico, da so bile trgovine naenkrat polne vseh znanih in manj znanih kozmetičnih izdelkov. Konkurenca je postala enako močna kot na zunanjih, razvitih trgih.

Zato smo "podvojili" svoje sile v obdelavo slovenskega trga. Namesto obstoječih treh potnikov, ki so ostali v PC Lasna kozmetika, smo pridobili nove. Predpostavljali smo, da bodo sedaj potniki, ki bodo imeli več časa za predstavljanje naših izdelkov, uspeli zadržati in celo povečevati naš tržni delež. Zato smo se odločili, da razdelimo Slovenijo na štiri dele in zaposlimo celo štiri potnike.

Kljub temu, da so bili plani prodaje ambiciozno postavljeni, smo temu projektu namenili namesto obstoječih 2% stroškov kar 4% od dosežene prodaje.

Po desetih mesecih pa ugotavljamo, da rezultati intenzivnejše obdelave trga žal niso enaki načrtovanim. Dosežena prodaja je manjša od načrtovane, delež stroškov prodajne mreže pa zato dosega celo 5,5%.

Konkurenca je vsak dan večja. Multinacionalna podjetja, ki prodirajo na naš trg s svetovno znanimi blagovnimi znamkami izpodrivajo naše, domače izdelke. To delajo na dva načina, ki jima mi nismo kos: z nižjimi cenami in z močnimi propagandnimi akcijami. Borba na trgu je vsak dan ostrejša. Zato so tudi naši rezultati kljub močnejšemu prizadevanju, ma-

njši od pričakovanih. Kljub temu pa nam je uspelo zadržati svoj tržni delež in v teh pogojih ga lahko ocenimo kot uspeh.

S tem pa naša prizadevanja še niso izpolnjena. Še imamo ambicije po večji prodaji, vsaj taki, kot smo jo planirali. Zato podpiramo prodajne aktivnosti vsi, ki smo v profitnem centru Kozmetika zaposleni in upamo, da bodo naši napori z doseženim ciljem tudi poplačani.

Marijana Bračun

PRIZNANJE ZA NASTOP NA JESENSKEM ZAGREBŠKEM VELESEJMU

Odločitev, da pričnemo z agresivnejšo politiko trženja na hrvaškem trgu, nas je v letošnjem septembru, po nekajletni odstotnosti, ponovno "pripeljala" na jesenski zagrebški velesejem.

Po temeljitem premisleku smo se zednili, da mora biti naš nastop vrhunski, v nasprotnem primeru je bolje, da

izvajalce, naj nam vendar postavijo še manjkajoče naročene vitrine, mize, stole...). Tako je Marjan Belcijan lahko mojstrsko aranžiral stojnico, (saj sam tudi ni mogel verjeti) kar pri dnevni svetlobi. In tako se je sejem, dva dni po papeževem obisku Zagreba, za nas mirno pričel 13. septembra.

Predstavili smo se z vsemi štirimi programi, demonstratorji lasne kozmetike Narta studija so s strokovnimi nasveti pomagali tako obiskovalkam sejma kot tudi predstavnicam razstavljalcev, kozmetičarki - vizažistki pa sta utrip stojnice popestrili še z ličenjem. Komercialisti Ilirija trade z direktorjem na čelu

in naši predstavniki na hrvaškem so imeli obilico dela s poslovnimi razgovori, saj so nas vneto obiskovali pisno povabljeni sedanji kupci in "nevabljeni" potencialni novi kupci.

Uspešnost našega nastopa so ocenili tudi strokovnjaki zagrebškega velesejma. Le-ti ocenjujejo celovitost nastopa vseh posameznih razstavljalcev, pri čemer upoštevajo naslednje:

- izgled in funkcionalnost stojnice,
- celostni vtis
- predstavitev programov - aranžiranje
- dogajanje na stojnici (o.p. "sejem mora biti živ")



Stojnica v črno beli barvni kombinaciji z neonsko osvetljenim podijem je vzbujala pozornost obiskovalcev in razstavljalcev



Matjaž svetuje...

sploh ne nastopamo. Ali povedano drugače, odločili smo se za veliki "come back" (prev.: povratek).

Postavitev stojnice smo po pregledu ponudb zaupali podjetju CONTACT iz Ribnice in nismo se zmotili. Stojnica je bila zelo dobro zasnovana, elementi in vitrine izvrstni, pripravljeni so bili vsi



Velik neonski napis dvignjen visoko pod strop je bil viden že od daleč

naročeni napisi... in prvič v moji "službeni karieri" sem doživela, da je sejmski nastop lahko tudi prijeten, saj je bila stojnica v celoti postavljena že dan pred pričetkom sejma (če morda niste vedeli, večkrat še ob desetih zvečer prosim



**Zagreb International
Autumn Fair**

**SPECIAL
RECOGNITION**

given to

**ILIRIJA, d.o.o.,
LJUBLJANA, SLOVENIA**

**for the collective appearance
in the event**

Zagreb, September 16, 1994

Members of the Jury:

1. Berislav Čizmek, President
2. Tomislav Blagač
3. Kresimir Horvat
4. dr. Boris Morsan

**Zagrebački
Velesajam**

Jurica Pavelić
Director General

Priznanje Zagrebškega velesejma za naš nastop

Med več kot 2000 razstavljalci iz 40 držav, ki so jih ocenili, so uspešnost našega nastopa uvrstili kar na 3. mesto. Pred nas so se uvrstili paviljon Avstrije kot celote in še eno avstrijsko podjetje. Veliki "come back" nam je tako več kot uspel. K temu so pripomogli prav vsi, ki so sodelovali v pripravah in na



in Marija povdarja lepoto obraza.

samem sejmu, zato se jim prav lepo zahvaljujem.

Zgodilo se mi je prvič, da so stojnico pohvalili prav vsi, ki so jo videli. Prijeten občutek, vam rečem.

Saša Bezek

PRIZNANJE IKEE ZA LETO 1994

Naše podjetje Ilirija d.o.o. Ljubljana s proizvodnim obratom Ilirija Lendava je dne 15.11.1994 na "Dnevu IKEA dobaviteljev" prejela priznanje za prvo mesto za kakovost odprem brez reklamacij med desetimi dobavitelji od skupno 50 povabljenih, medtem ko je šest dobaviteljev dobilo tudi finančno priznanje za najboljše rezultate v povečanju obsega prometa in točnosti dobav nad 95 % v letu 1994.

Ilirija sodeluje s švedskim podjetjem Ikea preko predstavnitva v Ljubljani, ki praznuje 10. leto svojega poslovanja v Ljubljani, že od vsega začetka. Ikee izvažajo sveče preko njenih distribucijskih centrov v številne evropske države in Ameriko.

Ikea z 2.300 dobavitelji iz 67 držav sveta trguje z 12.200 artikli za notranjo opremo, v glavnem s sestavljivim pohištvom. Vodilo Ikee so bili od samega začetka ustanovitve v letu 1943 kakovostni izdelki po ugodni ceni za boljši vsakdanji način življenja. Svoje izdelke prodaja v 50 trgovinah, ki jih ima v vseh delih sveta, letos se podaja tudi na Kitajsko. V letu 1994 je dosegla skupni promet v višini 7,5 milijard DEM. Slovenski in hrvaški dobavitelji smo letos skupaj dosegli 3 % skupne lkeine nabave, t.j. 533 mio SEK prometa, kar je lep uspeh, saj ni preprosto slediti vsem zahtevam tako široko razvejane trgovske verige, kot je Ikea.

Ikea že od leta 1990 nadzira tudi kakovost in točnost svojih dobaviteljev iz Slovenije in Hrvaške in jim na osnovi uspešnosti podeljuje priznanja. Iliriji je po desetih letih sodelovanja uspelo doseči na področju izvoza sveč IKEI kakovost, s katero se

brez dvoma lahko pojavlja na vseh evropskih in svetovnih tržiščih. Podeljena nagrada pomeni ne samo ka-

ostalih manjših kupcev zapolnil celoletno proizvodnjo v treh izmenah. S tem je že izpolnil enega od strateških



Priznanje IKEE za doseženo prvo mesto za kakovost odprem brez reklamacij

kovosti sveče kot gotovega izdelka, pač pa tudi točnost dobav v okviru enega tedna in nobene reklamacije v celem poslovnem letu.

Z naročili Ikee za leto 1994 je proizvodni obrat Ilirije v Lendavi poleg

ciljev Ikee, ki se vedno bolj usmerja na večje dobavitelje z večjim obsegom prometa. Prav tako smo se v PC SVEČE že v oktobru uspešno odzvali na lkein sistem hitrega odgovora "quick response", po katerem je Ikea letos

pričela dobavljati blago direktno v trgovine brez vmesnega odlaganja blaga v centralna skladišča. To pa zahteva izvrstno organizacijo celotnega tema PC SVEČE, od obdelave in potrditve naročila, do operativne prave proizvodnje, pravočasne nabave surovin in embalaže ter seveda brezhiben potek proizvodnje. Eden od pomembnih dejavnikov za doseganje kakovosti je tudi dejstvo, da tehnološka služba Ilirije Lendava pred vsako posamezno odpremo opravi kontrolo pripravljene pošiljke za izvoz in s tem prepreči morebitne manjše napake, kot so napačen datum proizvodnje, manjkajoča nalepka ipd. Tehnolog pri pregledu vpiše vse ugotovitve na poseben dokument (Supplier Inspection Report), ki ga skupaj z ostalimi izvoznimi dokumenti pošiljamo tehnični službi Ikee. V zadnjih nekaj mesecih smo glede kakovosti pridobili večje zupanje Ikee, tako da dokument izpolnimo in shranimo v naši evidenci, pošiljanje v Ikee pa ni več potrebno. Poleg tega se v PC SVEČE trudimo, da bi s samostojnimi tehnično-tehnološkimi izboljšavami dosegli še večje znižanje stroškov proizvodnje in točnost odprem, ki je od začetka lkeinega poslovnega leta 1995, t.j. od 1. septembra dalje 100-odstotna.

Omenjenega priznanja Ikee smo zelo veseli in nam pomeni nadaljnjo vzpodbudo za še boljše doseganje izvoznih rezultatov PC SVEČE.

"Svečarski team" se ob tej priliki zahvaljuje direktorici PC Kemija in PC Sveče, gospe Oliveri Brumat, dipl. ing., za uspešno vodenje Profitnega centra Sveče, ki se je lansko leto znašel v izrednih težavah, danes pa z veseljem ugotavljamo, da si sveče ponovno utrjujejo pot na domači in tuji trg.

Mira Omahen

BIOKILL

izredno kvalitetno sredstvo tudi za zaščito rastlin

V začetku letošnjega leta smo dokončali dolgotrajen proces obvezne registracije obstoječega insekticida Biokill, tudi za področje zaščite rastlin. Do sedaj te registracije nismo imeli, zato na izdelku in v propagandnih sporočilih nismo smeli povdariti te možnosti, ki pa je že vseskozi obstajala. Delovanje tudi za zaščito rastlin so dokazali biološki testi na Kmetijskem inštitutu Slovenije. Predpisi za pridobitev registracije so zelo

zahtevni, dolgotrajni in dragi. Potrebna je popolna dokumentacija, razni testi in mnenja strokovnih in nevtralnih inštitucij ter (končno) odobritev komisije na Ministrstvu za kmetijstvo in gozdarstvo Slovenije.

Prednost Biokilla po novi registraciji je v tem, da z istim insekticidom, ki ga uporabljamo v bivalnih prostorih, lahko zaščitimo tudi vse okrasne rastline, zelenjavo, jagodičje, sadno



drevje in vinsko trto. Pri užitnih rastlinah je potrebna le karenca - to je čakalna doba za uživanje od 7 do 21 dni.

V letošnjem letu smo zaradi dovoljenja, ki smo ga dobili tik pred poletno sezono, to na izdelku označili le z majhno nalepko na etiketi. V naslednjem letu pa bomo etiketo spremenili.

Vabim vas, da se o "novi" kvaliteti prepričate kar sami!

Zoran Guštin

IZLET ZA NAŠE KUPCE - "Z ILIRIJO NA DUNAJ"

Po lanskem Münchenskem Oktoberfestu, je Ilirija letos drugič organizirala izlet za svoje kupce. Odpravili smo se v avstrijsko prestolnico, na Dunaj.

Dunaj, mesto z bogato zgodovino in kulturo. Mesto, kjer si kot v vseh velikih mestih lahko na vedno prekratkih popotovanjih ogledaš le peščico zanimivosti, doživiš trenutek ob pristni glasbi, popiješ kavo v narodni restavraciji ali ujameš utrip na najlepšem predelu mesta, morda na tržnici.

Takšen je bil tudi naš izlet.

13. oktobra smo na našem dvorišču sprejeli nekaj manj kot 100 gostov, ostali so se nam pridružili na poti skozi Celje in Maribor.

Bilo nas je za tri avtobuse in te smo si, kot je v hiši navada, po PC - jevsko

tudi Franc Jožef I. in Marija Terezija. V vedno impozantnem parku so nekateri ob jesenskih cvetličnih aranžmajih dobili navdih za oblikovanje cvetnih vijug v lastnih vrtovih.

Po avtobusnem ogledu mesta je bilo kosilo na ladji, na "lepi modri" Donavi ob zibanju v ritmu iste glasbe Johana Straussa.

Popoldansko skodelico kave smo popili na terasi restavracije v bližini katedrale Sv. Štefana in ko se je začelo mračiti, smo v času ceremoniala pokukali tudi v to duhovno središče Dunaja.

Na večerjo smo se odpeljali v Grinzing. Pivnica pri pivnici, na ulici vonj po dobri hrani in zvoki glasbe, ki ustvarijo posebno razpoloženje. Poleti se tu zabave odvijajo na zele-



Dvorec Schönbrunn v vsej svoji veličini

Ob nastopu "Karaok", ki so povsem zasenčile profesionalni nastop Saša Hribarja, smo se zabavali do jutra.

Zajtrk zadnjega dne smo nekateri dočakali v recepciji hotela in se nato odpravili na jutranji sprehod po mestu, drugi pa so poskusili ujeti nekaj spanca.

Dopoldne smo lahko nakupovali v največjem dunajskem nakupovalnem centru že izven mesta.

Nobeni posebnih želja, vsega je preveč, nakup v manjših trgovinah nam je prijetnejši.

Na poti domov smo imeli kosilo v eni od podeželskih gostiln.

Hrana, dobro vino, vesela družba... in kosilo se je končalo ob šestih zvečer, ko smo nadaljevali pot domov.

Veliko smo presedeli v avtobusih, kjer se je veselo pelo. Smeh in dobra volja, kot da smo sošolci že nekaj let.



Za občudovanje katedrale sv. Štefana je potrebno dvigniti pogled

razdelili...Kozmetika, Lasna kozmetika, Kemija in Sveče.

Naši gostje so imeli seveda pristo izbiro in zato so bile vse tri družine zelo pestre. Pomešali so se trgovci iz Primorske, Gorenjske, Štajerske, Dolenjske in Prekmurja.

Potovanje se je začelo v lepem vremenu in z veliko dobre volje, ki sta nas spremljala dva dni in pol. V času vožnje je za dobro razpoloženje v avtobusih skrbel animator Matej.

Prvi dan popoldan: pot do Dunaja, večerja s plesom ob živi glasbi šoferja-harmonikarja in kitarista Mateja.

Naslednji dan smo si ogledal bogate sobane Schönbrunn, mogočnega dvora Habsburžanov, kjer sta živela

njem in cvetjem bogatih vrtovih, v hladnejšem obdobju pa v prostornih kletih.

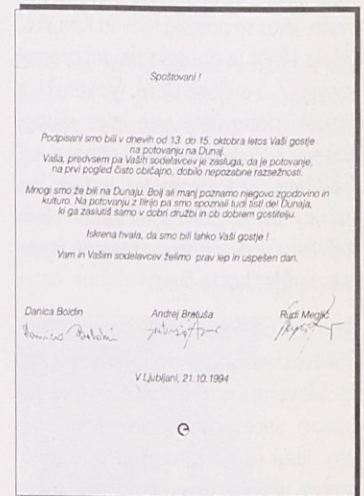


Tudi na ladji smo prepevali skupaj z animatorjem Matejem

Vse to nam je enolični vsakdan obogatilo z novimi prijateljstvi.

Takšen je moj vtis o izletu v nekaj vrsticah.

Kako so izlet doživeli naši gostje pa si preberite v zahvalnem pismu, ki ga objavljamo v celoti.



Zahvalno pismo naših gostov trgovskega podjetja Maximarket

In na koncu še, zakaj izlet za naše kupce?

Načinov kako obdržati zadosti velik tržni delež v ostrem konkurenčnem boju na majhnem slovenskem trgu je več. Med njimi je eden od pomembnejših odnos do kupcev.

Posle pač delamo ljudje in ob vsakodnevem delu nastajajo težave. Med prijatelji so težave manjše in poti za njihovo reševanje krajše.

Mojca Murnik

NOVO V LASNI KOZMETIKI

SUBRINA balzam v obliki pene



NOVO - Subrina balzam v peni, za vse vrste las

SUBRINA je blagovna znamka, ki je v času svojega obstoja postala sinonim za regeneratorski na našem trgu. Med regeneratorski, kljub ostri konkurenci, še vedno uspešno brani prvo mesto oz največji tržni delež. Z njo imamo na področju lasne kozmetike tudi v prihodnje velike načrte. Tokrat pa na kratko predstavljamo novost v liniji regeneratorskih SUBRINA.

SUBRINA

negovalni balzam v obliki pene

Kot vse SUBRINE, vsebuje tudi balzam v peni ALOE VERO in posebne sestavine, ki pomagajo ohraniti lastnosti lepih in naravnih las. Balzam v obliki pene ima številne prednosti:

SE NE IZPIRA Z LAS, ENOSTAVEN ZA UPORABO, TAKOJŠNJI UČINEK (lepši, lahkni in voljni lasje), LASE LAŽJE RAZČEŠEMO

Balzam v obliki pene je novost na svetovnem trgu in veseli smo, da smo ga uspeli razviti tudi v naših laboratorijih.

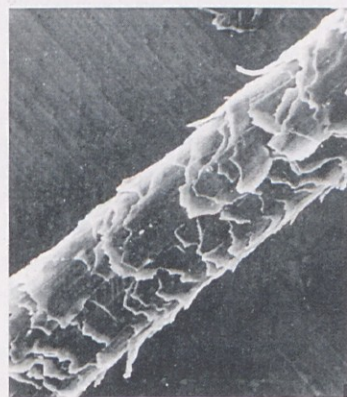
O novi SUBRINI smo potrošnike seznanili s prospektom - obešanko. Spomladi pa načrtujemo obsežno akcijo za obnovljeno blagovno znamko SUBRINA.

Nega las se začne z izbiro dobrega šampona, vendar se pri tem ne konča.

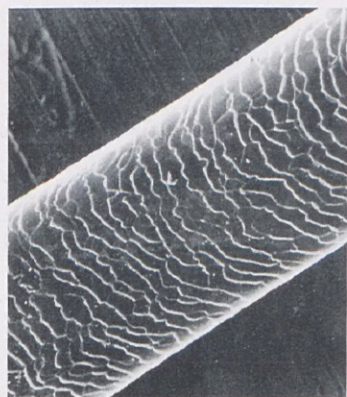
Nadaljuje se z regeneratorskim, ki dodatno neguje naše lase in jih naredi spet sijoče in polne življenja. In SUBRINA je natanko to - pojem za nego las.

Izdelki vsebujejo ALOE VERO in kationske aktivne snovi, ki prevlečejo površino las s tankim gladkim filtrom, tako da se lasje lepo svetijo, niso naelektrjeni in jih tako mokre kot suhe lažje češemo.

SUBRINA balzami poživljajo in negujejo lase ter preprečujejo nadaljne poškodbe las. Hkrati ščitijo lase in lasišče pred zunanjimi vplivi. Določeni vrsti las je namenjen poseben balzam, ki vsebuje posebne sestavine, primerne za posamezno vrsto las.



pred uporabo Subrine



po uporabi Subrine

Zgornje fotografije so mikroskopski posnetki lasu in so resnično nastale, pred in po uporabi SUBRINE. Ali so tudi vas uspeli prepričati, o smotni uporabi regeneratorskega?

Marina Vodopivec

LANSIRALI SMO NOV

DETERGENT ZA

POMIVANJE POSODE -

ČISTO



Končno sem ga našla, pravega... tako močan je, hiter, zanesljiv, pa hkrati ljubezniv. In njegov sveži vonj...všeč mi je njegov dotik.

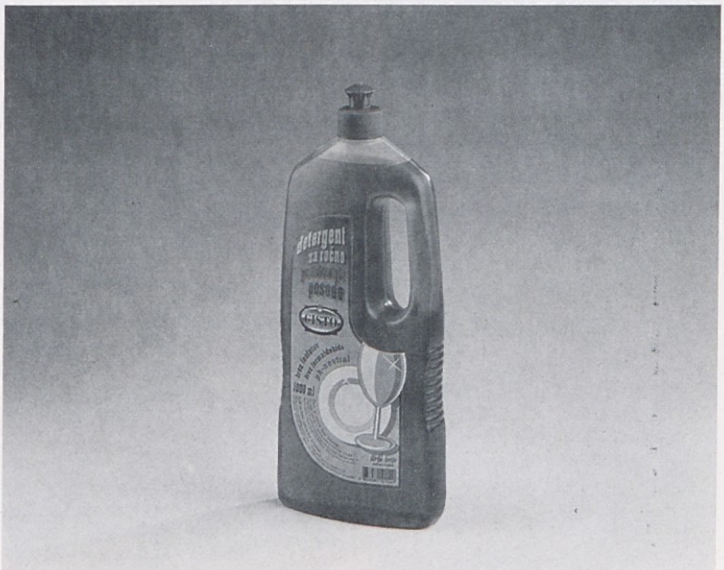
V mesecu avgustu smo tržišču ponudili nov detergent za pomivanje posode ČISTO. Naj navedem nekaj osnovnih značilnosti oziroma sprememb v primerjavi s predhodnim detergentom:

- spremenjena oblika plastenke
- posodobljena etiketa
- prosojnejša embalaža
- zamašek je dopolnjen z dozirnó glavico
- kvalitetnejša vsebina zaradi spremenjene recepture

Izdelek smo v oktobru pospremili na pot do potrošnikov z močno propagandno akcijo, ki je vključevala predvajanje propagandnega filma na televiziji, radijske oglase, oglase v revijah in zunanje oglaševanje preko "jumbo plakatov".

V reklamnih sporočilih smo uporabili moškega, ki ga tudi vam še enkrat predstavljam na fotografiji.

Zoran Guštin



Detergent za pomivanje posode ČISTO - OSVAJALEC VAŠE POSODE

OBISK LENDAVSKIH DELAVCEV V ILIRIJI LJUBLJANA

Želja vseh zaposlenih v Iliriji Lendava, da združijo ogled Ilirije v Ljubljani s povratnim srečanjem v odbojki, se je uresničila v mesecu

maju. Čprav je bil petek in to "trinajsti", bo izlet v Ljubljano ostal vsem v zelo prijetnem spominu. Zgodaj zjutraj, že ob 6.00 uri, smo se z

avtobusom odpeljali proti Ljubljani. Potovanje je minilo hitro, kljub veliki gneči na cesti, saj je bilo razpoloženje v avtobusu odlično.

samo srečanje in druženje. Kljub temu pa se veselimo ponovnega srečanja, ko bomo lahko dokazali, da tudi odbojko obvladamo..



Šport,



zabava,

ZAKAJ POTROŠNIKI KUPUJEJO IN BODO KUPOVALI NOVO WC ČISTILO ČISTO?

Predstavlja se vam novo WC čistilo Čisto z vsemi razlogi za nakup: "Sem lepe in sodobne oblike, naklon vratu imam prilagojen praktični upo-

rabi, tako da dosežem vse težko dostopne dele WC školjke. Moja vsebina je veliko bolj gosta - viskozna, če jo primerjam s konkurenčnimi. Zaradi tega moja vsebina polzi dalj časa po obodu školjke, kar vpliva na to, da je moj čistilni učinek izjemno dober. Uspešno čistim tako vodni, kot urinski kamen in seveda še vso ostalo umazanijo. Hkrati je moj učinek tudi dezinfekcijski, saj uničujem številne bakterije. Sem sodobno ekološko čistilo brez fosfatov in ostalih snovi, ki so okolju škodljive. Mislim tudi na varnost otrok, zato je moj pokrovček tak, da ga otroške roke ne morejo odpreti.

Če me še niste preizkusili vam svetujem, da ne odlašate. Z vsemi kvalitetami s katerimi razpolagam, boste z menoj prav gotovo zadovoljni tudi vi!"



Sem všeč tudi vam?

Z.G. in S.B.

V Ljubljani nas je pričakal g. Marucelj in nas odpeljal na ogled mestnih znamenitosti. Ogledali smo si tudi proizvodnjo profitnega centra Kozmetika, ki se nahaja na Lavrici pri Ljubljani. Po postanku na ljubljanskem gradu, smo se opoldne vrnili v Ilirijo, kjer sta nas ga. Pušnik in ga. Bezek popeljali na ogled objektov v sklopu Ilirije. Ga. Pušnik se je opravičila, ker ogled proizvodnje PC Lasna kozmetika zaradi gradbeno rekonstrukcijskih del ni bil mogoč.

Po končani tekmi, smo se odpeljali v gostišče Pograjski dom, kjer smo bili izredno lepo sprejeti in pogoščeni. Prijetno popoldansko vzdušje je bilo popestrjeno z družabnimi igrami. Z nastopom harmonikarjev je takrat že družabni večer doživel svoj vrhunec. Polnoč je prišla zelo hitro, morali smo ponovno na pot in zapustiti prijetno družbo sodelavcev iz Ljubljane in se odpeljati proti Lendavi.

Upamo, da se bomo kmalu ponovno srečali in sicer v Lendavi, ko se bomo



zmagoslavje.

Ogled smo zaključili v galeriji Ilirija in se odpravili na kosilo, kjer nas je sprejel generalni direktor g. Cerjak. Po kosilu smo se odpravili v Polhov Gradec, saj so bili naši športniki že nestrpni in so komaj čakali na športno srečanje v odbojki. Res je, da nismo zmagali, vendar je bilo pomembnejše

mi potrudili in poizkusili biti prav tako dobri gostitelji, kot ste bili vi.

Hvala za prijetne urice!

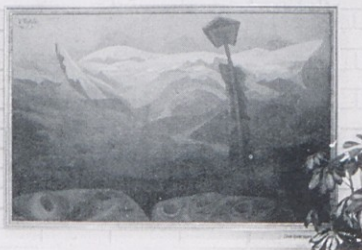
Stanko Bensa
v imenu vseh delavcev Ilirije v Lendavi

(ali kaj ste videli, pa morda niste vedeli)

VIDA FAKIN, slike

od 7.4. do 28.4.

Z značilno upodobljenimi kozolci in tipično pokrajino Vide Fakin so nekoliko starejša dela danes še kako aktualna, ko na eni strani iščemo kulturne in še kakšne korenine, na drugi pa v silni ihti pozabljamo na skladja narave.



Pokrajina Vide Fakin

MOJCA SMERDU, mala plastika

od 10.5. do 31.5.

S trinajstimi, nekaj centimetrov visokimi kipi, je avtorica izrazila sugestivno umetniško pripoved, ki prav nič ne zaostaja za tisto v večjih plastikah, ki jih sicer postavi v odprt prostor.

BRIGITA POŽEGAR - MŪLEJ, slike

od 7.7. do 28.7.

Avtoričin intelektualni naboj je moč čutiti skozi študijsko poglobljene poteze čopiča, ki naj odrazijo vso harmonijo navideznega nereda gozda. Temu sledi tudi v barvi.

Vse navedene razstave so iz cikla DRUGAČNOST PODOBE.

KONCERTI OB SOJU SVEČ, glasba

poletni meseci

To so bili večeri, ki jih moraš doživeti. Koncerte vrhunskih slovenskih glasbenih umetnikov je organiziralo Društvo glasbenih umetnikov Slovenije v Cekinovem gradu. Ilirija je čudovite koncertne prostore opremila s svečniki Aleksandra Kovača in svečami Ilirija light.

NEVENKA KRAIGHER, skulpture

od 1.9. do 9.9.

Umetnica, ki že vrsto let živi in dela v Parizu, se je tokrat predstavila z nekaj bronastimi kipi, ki pa že nakazujejo cikel OGNJENI ZUBLJI z osrednjo temo OGENJ. Vseh deset razstavljenih figur je narejenih v žgani glini.

VEČERA Z MILO KAČIČ IN ALEKSANDROM KOVAČEM, poezija in glasba

14. in 15.6.

S prebiranjem pesmi in petjem za to priložnost izbranih ljudskih pesmi, sta umetnika ustvarila vzdušje spominov na mladost, strasti ljubezni in čas razbremenjen vseh velikih skrbi.



Na večera z ga. Kačičevo in g. Kovačem smo povabili vse naše upokoјence. Odziv je bil žal zelo slab. Škoda, saj sta bila večera s svojo vsebino izjemna, umetnika sta nam odkrila globino svoje duše.

THERESA PLANK, slikarka in FRANZ ZEBINGER, skladatelj

od 13.9. do 4.10.

Na otvoritvi razstave v futuristični maniri narejenih slik, ki sicer izražajo vsakodnevne teme življenja avstrijske slikarke Theresie Plank smo slišali tri dela sodobnega avstrijskega skladatelja Franza Zebingerja, ki so posvečena avtorici oz. njenemu delu. Koncert sta izvedla avtor glasbe F.Z. in Klemen Ramovš, ki je še posebej navdušil s solo izvedbo druge skladbe.

SKUPNA KERAMIKA, unikatna keramika

od 6.10. do 27. 10.

Devet avtorjev, ki so po poklicu arhitekti, naravoslovci..., torej ne "čisti umetniki", se družijo v skupini KERAMIKA že nekaj let, predvsem zaradi potrebe po izmenjavi izkušenj in informacij s področja oblikovanja ter obvladovanja tehnik obdelave glin.



Iz razstave unikatna keramika

MARTIN KRPAN V LIKOVNIH UPODOBITVAH, slike, grafike, kipi

od 3.11. do 29.11.

Zbrane in na ogled postavljene so bile slike, grafike in skulpture petnajstih avtorjev, katerih skupna tema je Martin Krpan.

PETER in IVAN LOVRIN, španske stene, ambientalna svetila, slike

od 1.12. do 22.12.

Se še ne ve.

NOVOLETNE POČITNICE

od 23.12.1994 do 4.1.1995, ha,ha,ha...pa boš za eno leto starejša.

Tatjana Pinoza



Mila Kačič in Aleksander Kovač v prijetnem klepetu pred nastopom

PRIČESKE TAKŠNE IN DRUGAČNE

Zapis z velike frizerske revije Ilirije "London po Londonu"

Tudi letos je Ilirija, točneje njen profitni center Lasna kozmetika, v začetku meseca novembra pripravila že tradicionalno frizersko revijo v Cankarjevem domu, na kateri je pred-



stavila modo pričesk za jesen-zimo 1994/95. Ekipi Narta studia so pri tem pomagali še Sekcija frizerjev Slovenije, Guy Kremer iz Winchestra

v Veliki Britaniji in dijaki srednjih frizerskih šol iz Maribora, Celja in Ljubljane.

Letos smo prireditev, ki je bila običajno marca, predstavili v jesenski termin z eno samo željo: da bi frizerjem lahko čimbolj celovito prikazali novo modo pričesk za jesen in zimo, ki jo vsako leto lansirajo svetovno priznani frizerski mojstri na veliki sejamski prireditvi Salon International v Londonu. Tako kot se svetovna moda oblačanja ustvarja v Parizu namreč prihaja moda pričesk vsako jesen iz britanske prestolnice - Londona.

Da je bila naša odločitev pravilna, priča polna zasedenost velike Galusove dvorane v Cankarjevem domu, ki lahko sprejme 1.400 obiskovalcev. Vstopnice za prireditev so bile razprodane že deset dni pred prireditvijo.



V revijskem prikazu pričesk, ki ga lahko primerjamo z modnimi revijami visoke mode v oblačenju, so slovenski frizerji občudovali tki. visoko modo pričesk. Seveda moramo vedeti, da prideta tako visoka moda oblek kot tudi pričesk na ulico že predelani - pripravljeni za nošeneje (pret-a-por-

te). Oblačila priredijo proizvajalci - konfekarji, pričeske frizerji v svojih salonih, v skladu s smericami visoke mode.

V nastopu Narta studia so se pod strokovnim vodstvom Petra Klinca predstavili Matjaž Bavdek, Zoran

MARTIN KRPAN V GALERIJILIRIJA

Nekoč je po teh naših krajih hodil mož, Martin Krpan po imenu, ki je bil tako močan, da ga je sam presvetli cesar prosil za pomoč v hudi sili. Bil je tudi hudo premeten, ta ponosni možak, iskrega duha in poštenega srca.

Leta 1858 je 26 letni Fran Levstik po Močilarjevem pripovedovanju napisal in v celovski reviji Slovenski Glasnik objavil povest o Martinu Krpanu. Krpanova pojava je tako prevzela vse

kasnejše rodove Slovencev, da ne preseneča, da je povest o njem največkrat ponatisnjeno in kar v 15 jezikov prevedeno slovensko literarno delo. Dela, ki so bila razstavljena v naši galeriji pričajo o tem, da je ta slovenski romantični junak pogost navdih tudi likovnim ustvarjalcem.

Ideja o razstavi na temo Martina Krpana se je rodila pred leti, po pogovoru z gospodom Vladimirjem Zvabom, sicer strastnim zbiralcem

vsega, kar je povezano s tem klenim junakom. Toda, da je stvar stekla, je bilo potrebno počakati na znanstvo s Polono Hafner, študentko Filozofske fakultete, ki je v seminarski nalogi obdelala temo o Martinu Krpanu v likovnih upodobitvah.

Naša želja je bila poiskati čim več avtorjev, ki so Martina Krpana upodobili, zbrati ustrezne strokovne podatke in pridobiti čim več originalnih del za postavitve razstave. Ko so se v projekt vključili še Cerkničani, ki zase brezprizivno trdijo, da so Krpanovi potomci, smo se odločili, da razstavo postavimo tudi v Cerknici in jo dopolnimo z katalogom.

Ko govorimo o razstavi, ne moremo mimo dveh posebnosti. Prvič, za razstavo smo uporabili gradivo seminarske naloge, ki bi lahko, tako kot ponavadi, obležalo neizkoriščeno. In drugič, razstava omogoča, da primerjamo, kako petnajst avtorjev različnih obdobji, stilov in tehnik obravnava isto temo. Hkrati pa smo Slovenci, z izidom kataloga razstave, pridobili pomemben vir informacij o Martinu Krpanu.

Ob koncu še beseda, dve o odmevih na dogodek. Zanimiva tema ter dobro pripravljen in izpeljan projekt sta vzbudila precej pozornosti pri sredstvih javnega obveščanja. Napovedi in odmevi na razstavo so bili objavljeni v več časopisih, kot tudi na RTV, kar je vsekakor vplivalo na javnost,



Najbolj občudovan Krpan avtorja Petra Černeta

da se je vabilu na ogled razstave prijazno in številčno odzvala.

Minister Pelhan pa nič.

Tatjana Pinoza



Razstavo Martina Krpana si je ogledalo veliko skupin otrok iz vrtec in šol



Gajjic ter zunanji sodelavci Mare Filipič, Jernej Munh in Samo Boncelj. Prikazali so letos tako modne "geometrijske" pričeske drznih barv, kakršne propagira londonska frizerska hiša Vidal Sassoon, pa glamour - stil friziranja, ki je v ospredju pri Sanrizzu. Bilo je tudi nekaj moških modelov

in precej pričesk, ki jih bodo slovenski frizerji lahko oblikovali strankam v salonu.

Peter Klinc pa je s svojimi kreacijami tki. "revijskih pričesk", ki so vzbudile precej pozornosti med frizerji, pa tudi v medijih, prešel na subtilno po-

dročje kreativnosti, ki dobre frizerje ločuje od slabih, ki daje vrednost in cenjenost frizerskemu poklicu, ki jemlje dih laiku in vzbuja občudovanje stanovskih kolegov.

Dodajmo še, da sta naše modele mojstrsko naličili kozmetičarki in vizažistki Narta studia Marija Jaki in Simona Ogrin.

Velikega občudovanja med frizerji so bile deležne tudi pričeske našega gosta iz Winchestra

Guya Kremerja, ki se med drugim ponaša tudi z laskavim naslovom "Moški frizer leta 1994 v Veliki Britaniji". Po rodu sicer Francoz, ki pa že vrsto let živi in dela v Veliki Britaniji, je dokazal, da ima veliko galantnosti, šarma, uglajenosti in mehko, pa tudi izvirnosti, ki je tako značilna za



angleške frizerje. Sicer pa naj namesto besedila spregovorijo kar fotografije s prireditve in pričeske modelov, posnete za odrom takoj po nastopu.

Tatjana Ljubič

APRIL

Prišli:

STUPAR Dejan - pripravnik, sam. tehnolog embalaže, PZK ŽERJAV Srečko - direktor PC Lasna kozmetika

MAJ

Prišli:

ŽERJAV Zdenko - voznik tovornega avtomobila, PC Distribucija GORNIK Ida - prodajalka, Ilirija trade

Odšli:

BERNARD Rozalija - delavka, PC Kemija

JUNIJ

Prišli:

MARCEN Andrej - prodajalec Ilirija trade

Odšli:

ERČULJ Branko - pravni svetovalec, KPP GORIUP Simona - direktorica KPP HERCEG Zlatko - delavec, PC Sveče

JULIJ

Prišli:

HROVAT Nataša - delavka, PC Lasna kozmetika

KRONIKA ZAPOSLENIH

KUDRA Borislava - delavka, PC Lasna kozmetika TRNOVEC Milenca - delavka, PC Lasna kozmetika

MAROLT Ksenija - pripravnica, sam. raziskovalka, PC Kemija BEŠIČ Melisa - pripravnica, kontrolorka, PC Lasna kozmetika

Odšli:

PODOBNIK Dragica - saldakonti dobavitelj, Področje Informatike

AVGUST

Prišli:

PREVC Alojzija - produktni vodja I, PC Lasna kozmetika ŽVAB Uroš - demonstrator lasne kozmetike, PC Lasna kozmetika

PŠENIČNIJ Tatjana - delavka, PC Lasna kozmetika

ROŽIČ Maja - delavka, PC Lasna kozmetika

Odšli:

TAVČAR Mitja - demonstrator lasne kozm., PC Lasna kozmetika

RUS Milena - ref. za vzdrž. kom. pod., Področje Informatika ROŽIČ Maja - delavka, PC Lasna kozmetika KLEMENC Magda - vodja rač. sektorja, Področje Informatika

SEPTEMBER

Prišli:

VODOPIVEC Alenka - oblikovalka, PC Lasna kozmetika KLEMEN Anton - vodja linije, PC Lasna kozmetika PEVEC Renata - sam. komerc. izvoza, Projekt izvoza Češka, Slovaška, Poljska

Odšli:

PŠENIČNIJ Tatjana - delavka, PC Lasna kozmetika

OKTOBER

Prišli:

HOZJAN Janez - delavec, PC Kemija PRENDL Bojan - delavec, PC Kemija TOPLAK Atila - delavec, PC Kemija

HEGEDUŠ Martina - sam. aranžerka, Odnosj z javnostmi KOVAČIČ Alenka - delavka, PC Lasna kozmetika

Odšli:

PINCOLIČ Marijana - telefonistka, KPP ČELEŠNIK Darinka - vodja sektorja za plan in analize, Področje Informatike

NOVEMBER

Prišli:

SMOLNIKAR Bojan - priprava polizdelkov, PC Lasna kozmetika PETELINC Maja - delavka, PC Lasna kozmetika ZABUKOVEC Pavlinca - delavka, PC Lasna kozmetika

LIČEN Marko - pripravnik, tehtalec, PC Lasna kozmetika GOVEJŠEK - ZULE Margareta - sam. komerc. izvoza,

Projekt izvoza Nemčija GRGETIČ Danica - delavka, PC Lasna kozmetika

Odšli:

OREHEK Božena - org. procesa, Področje Informatike VODOPIVEC Alenka - oblikovalka, PC Lasna kozmetika

MESTNO GLEDALIŠČE, DRAMA, OPERA, BALET, CANKARJEV DOM

Tudi v gledališki sezoni 94/95, bo mogoč ogled posameznih predstav s 50% popustom.

Za posamezno predstavo lahko prerezimate 2 vstopnici s popustom, po

predhodnem naročilu na tel. 439, pri ga. Tončki Dremelj. Obvestila o predstavah bodo pravočasno objavljena na oglasnih deskah.

T.P.

ISKRICE

"Najslabše črnilo je močnejše od najboljšega spomina."

(kitajski pregovor)

"Ničesar na svetu ni, česar bi človek ne zmoget, če mu ni mar, kdo bo požel zasluge."

(Ronald Reagan)

"Vse je možno in dosegljivo, če le dobite skupaj prave ljudi, ki skupaj delajo za uresničitev istega cilja."

(R. Stempel)

"Tisti, ki pravi da ni važno ali zgubiš ali dobiš, ampak da sodeluješ, je vnaprejšnji poraženec."

(Martina Navratilova)



ODBOJKA

Naša ženska odbojarska ekipa ne počiva. Tudi v letošnjem letu je tekmovala v ligi jesenski del lige je končan in naša ekipa je zasedla 8. mesto. Po prikazani igri, bi se prav lahko uvrstile tudi na 5. mesto, žal jim športna sreča ni bila zelo naklonjena. Za "mlado" rekreativno ekipo z nedolгим stažem je tudi uvrstitev na 8. mesto lep uspeh in vzpodbuda za v prihodnje, za boljše rezultate pa priložnosti tudi še ne bo zmanjkalo.

Končni vrstni red jesenske lige 1994:

- | | |
|----------------|-----------------------|
| 1. ŠD TABOR | 7. PARTIZAN BEŽIGRAD |
| 2. FUŽINE I | 8. ILIRIJA |
| 3. ŠD ŠENTVID | 9. ŠPELCE |
| 4. ŠD VRHNIKA | 10. ĐOMBE |
| 5. NARODNI DOM | 11. ŠD PARTIZAN MOSTE |
| 6. UMNIK | 12. FUŽINE II |

Marjan Marucelj



TENIS

Tudi v letošnji sezoni 1994/95 ima Ilirija v športnem centru LINDEN BTC na Letališki 3 v zakupu dve teniški uri. Urnik je enak lanskoletnemu in sicer:

v soboto in nedeljo od 17.do 18. ure.

Rezervacije še vedno prijazno sprejema ga. Majda Antič, na vrsto pa lahko pridete relativno hitro.

Vabljeni na prijetno rekreacijo!

S.B.

STIČIŠČE izdaja ILIRIJA, razvoj, proizvodnja in trženje kozmetičnih izdelkov, d.o.o., Tržaška c.40, Ljubljana. Ureja uredniški odbor: Tatjana Ljubič, Simona Goriup, Zoran Guštin, Marina Valentinčič, Katjuša Zihel-Jelušič. Glavni in odgovorni urednik: Saša Bezek. Naklada: 900 izvodov. Oblikovanje: Freedom, d.o.o., Ljubljana - Črnuče, Šlandrova 10. Tisk: Tiskarstvo Vidregar, Bakovnik 3, Kamnik. December 1994.

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%.