



# 12 lica kuhinje

Globalno natjecanje 2026



## Pravila i vodič za sudjelovanje „12 lica kuhinje” Natjecanje

16 STUDENI 2025, BEČ

# SADRŽAJ

|           |                                                          |           |
|-----------|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b>  | <b>OPIS NATJECANJA.....</b>                              | <b>3</b>  |
| 1.1       | PORUKA PROJEKTA I DRUŠTVENI KONTEKST .....               | 3         |
| 1.2       | KONCEPT I PROVEDBA NATJECANJA.....                       | 3         |
| <b>2</b>  | <b>SVRHA I UTJECAJ NATJECANJA .....</b>                  | <b>3</b>  |
| 2.1       | UTJECAJ NA DJELATNIKE I USTANOVE.....                    | 3         |
| 2.2       | UTJECAJ NA PACIJENTE, KORISNIKE I NJIHOVE OBITELJI ..... | 3         |
| 2.3       | UTJECAJ NA LOKALNU ZAJEDNICU .....                       | 4         |
| 2.4       | DRUŠTVENA I HUMANITARNA DIMENZIJA .....                  | 4         |
| <b>3</b>  | <b>KOME JE NATJECANJE NAMIJENJENO .....</b>              | <b>5</b>  |
| 3.1       | PRIMARNA CILJNA SKUPINA – NATJECATELJI .....             | 5         |
| 3.2       | NEIZRAVNI SUDIONICI I DIONICI.....                       | 5         |
| 3.3       | POSEBNOSTI I UKLJUČIVOST .....                           | 5         |
| 3.4       | ZAŠTO BAŠ ONI? .....                                     | 5         |
| <b>4</b>  | <b>TEMATSKI OKVIR .....</b>                              | <b>6</b>  |
| 4.1       | SVAKODNEVNI ŽIVOT I RAD U KUHINJI.....                   | 6         |
| 4.2       | LOKALNA KULTURA I GASTRONOMSKA BAŠTINA .....             | 6         |
| 4.3       | POVEZANOST, ZAJEDNIŠTVO I EMOCIJE .....                  | 6         |
| <b>5</b>  | <b>VREMENSKI OKVIR .....</b>                             | <b>7</b>  |
| <b>6</b>  | <b>FORME IZRAŽAVANJA.....</b>                            | <b>8</b>  |
| 6.1       | FOTOGRAFIJA.....                                         | 8         |
| 6.2       | RECEPT LOKALNOG JELA .....                               | 8         |
| 6.3       | PRIČA O USTANOVU.....                                    | 8         |
| 6.4       | TEHNIČKE SPECIFIKACIJE .....                             | 8         |
| <b>7</b>  | <b>KATEGORIJE, KRITERIJI I OCJENJIVANJE .....</b>        | <b>10</b> |
| 7.1       | KATEGORIJE.....                                          | 10        |
| 7.2       | KRITERIJI .....                                          | 11        |
| 7.3       | BODOVNA SKALA .....                                      | 11        |
| <b>8</b>  | <b>FAZE NATJECANJA .....</b>                             | <b>12</b> |
| 8.1       | NOMINACIJA.....                                          | 12        |
| 8.2       | PRIJAVA .....                                            | 12        |
| 8.3       | ODABIR FINALISTA .....                                   | 12        |
| 8.4       | OCJENJIVANJE I IZBOR POBJEDNIKA .....                    | 12        |
| <b>9</b>  | <b>POSTUPAK NOMINACIJE.....</b>                          | <b>13</b> |
| 9.1       | NOMINACIJA KANDIDATA .....                               | 13        |
| <b>10</b> | <b>POSTUPAK PRIJAVE .....</b>                            | <b>14</b> |
| 10.1      | PRIJAVA NATJECATELJA .....                               | 14        |
| 10.2      | KORACI PRIJAVE.....                                      | 14        |
| <b>11</b> | <b>ŽIRI .....</b>                                        | <b>16</b> |
| 11.1      | STRUČNI ŽIRI .....                                       | 16        |
| 11.2      | ORGANIZACIJSKI ŽIRI.....                                 | 16        |
| 11.3      | ŽIRI PUBLIKE .....                                       | 16        |
| 11.4      | ADMINISTRACIJA I PONDERIRANJE .....                      | 16        |
| <b>12</b> | <b>NAGRADE I PRIZNANJA.....</b>                          | <b>17</b> |
| 12.1      | GLAVNE NAGRADE .....                                     | 17        |

|           |                                                  |           |
|-----------|--------------------------------------------------|-----------|
| 12.2      | POSEBNA PRIZNANJA .....                          | 17        |
| 12.3      | POGODNOSTI ZA DOBITNIKE .....                    | 17        |
| <b>13</b> | <b>ORGANIZACIJA, PARTNERI .....</b>              | <b>19</b> |
| 13.1      | ORGANIZATOR .....                                | 19        |
| 13.2      | HUMANITARNI PARTNER .....                        | 19        |
| 13.3      | PARTNER SADRŽAJA.....                            | 19        |
| 13.4      | MEDIJSKI PARTNERI .....                          | 19        |
| <b>14</b> | <b>PROMOCIJA I DOSTUPNOST .....</b>              | <b>20</b> |
| 14.1      | IDEJA I POČETNA TOČKA .....                      | 20        |
| 14.2      | KOMUNIKACIJA IZVAN GRANICA .....                 | 20        |
| 14.3      | PROMOCIJA NA MEĐUNARODNIM KONFERENCIJAMA .....   | 20        |
| 14.4      | WEB STRANICA.....                                | 20        |
| 14.5      | DRUŠTVENE MREŽE .....                            | 20        |
| 14.6      | PROMOCIJA PUTEM VIDEO MATERIJALA .....           | 20        |
| 14.7      | SURADNJA S INFLUENCERIMA .....                   | 20        |
| 14.8      | SURADNJA S MEDIJIMA .....                        | 20        |
| 14.9      | IZLOŽBE I DOGAĐANJA .....                        | 21        |
| 14.10     | PARTNERSTVA S INSTITUCIJAMA I PODUZETNICIMA..... | 21        |
| <b>15</b> | <b>PRISTOJBE I CIJENE .....</b>                  | <b>22</b> |
| 15.1      | PRISTOJBA ZA PRIJAVU .....                       | 22        |
| 15.2      | PRISTOJBA ZA ULAZAK U FINALE .....               | 22        |
| 15.3      | KALENDAR.....                                    | 22        |
| 15.4      | PARTNERSKA PODRŠKA I SPONZORSTVA .....           | 22        |
| 15.5      | SAVJETOVANJE .....                               | 22        |

# 1 OPIS NATJECANJA

## 1.1 PORUKA PROJEKTA I DRUŠTVENI KONTEKST

Projekt „12 lica kuhinje“ stavlja u fokus neupadljiv, ali ključan rad kuhinjskog osoblja u bolnicama i ustanovama za starije osobe.

Kroz mirise, okuse i rutinu, kuhinja postaje izvor emocionalne sigurnosti, domaće atmosfere i dostojanstva pacijenata i korisnika, što je osobito važno za njihov psihofizički oporavak i osjećaj pripadnosti.

## 1.2 KONCEPT I PROVEDBA NATJECANJA

Natjecanje 12 lica kuhinje kreativni je izazov koji daje važnost ulozi osoblja kuhinja u bolnicama i ustanovama za starije osobe. Kroz tri forme izražavanja — fotografiju, recept lokalnog jela i priču o ustanovi — sudionici imaju priliku pokazati svoje umijeće, autentičnost i strast.

Natjecanje spaja skrb o bolesnima i starijima, gastronomiju i turizam te se provodi u više faza: nominacije, prijave, odabir finalista i proglašenje pobjednika. Dvanaest pobjednika će biti uvršteni u kalendar za 2027. godinu. Aktivnosti traju cijelu godinu kroz online galeriju, promociju na društvenim mrežama te prezentacije na raznim događanjima i skupovima.

# 2 SVRHA I UTJECAJ NATJECANJA

Svrha natjecanja „12 lica kuhinje“ jest istaknuti važnost osoblja kuhinja u bolnicama i ustanovama za starije osobe i javno priznanje njihova doprinosa kvaliteti svakodnevnog života pacijenata i korisnika.

Natjecanje potiče profesionalni ponos, jača osjećaj zajedništva i doprinosi većoj vidljivosti osoblja i prehrane kao ključnih elemenata sustava socijalne zaštite.

## 2.1 UTJECAJ NA DJELATNIKE I USTANOVE

-  **Povećanje motivacije i zadovoljstva** – Natjecanje unosi dinamiku, izazov i zabavu u svakodnevne poslove, čime pomaže u prevenciji stresa i sagorijevanja.
-  **Jačanje timskog duha** – Zajednički cilj i natjecateljski duh podižu osjećaj pripadnosti i suradnje.
-  **Vidljivost i priznanje** – Fotografija u kalendaru i na digitalnim kanalima potvrđuje njihov trud i profesionalnost, što djelatnike dodatno potiče.
-  **Pozitivna komunikacija** – Ustanova dobiva inovativan alat za predstavljanje sebe i svojih djelatnika, čime jača reputaciju i povjerenje korisnika i partnera.

## 2.2 UTJECAJ NA PACIJENTE, KORISNIKE I NJIHOVE OBITELJI

-  **Osobnija povezanost** – Vidjeti i upoznati osobe koje svakodnevno brinu o prehrani kroz fotografije i priče donosi toplinu i sigurnost.
-  **Povećanje povjerenja** – Prikazivanje lokalnih jela i profesionalnosti kuhinjskog tima dodatno potvrđuje kvalitetu usluge.
-  **Uključivanje u zajednicu** – Obitelji se osjećaju dijelom zajedničke priče i tradicije, što olakšava komunikaciju i jača međusobne odnose.

## 2.3 UTJECAJ NA LOKALNU ZAJEDNICU

-  **Promocija lokalne gastronomije** – Recepti lokalnih jela u kalendaru i online promoviraju kulturnu baštinu i potiču interes za autentične okuse.
-  **Povezivanje sektora** – Projekt spaja zdravstvo, socijalnu skrb i turizam, jačajući lokalni identitet i suradnju.
-  **Vidljivost i promocija regije** – Kalendar i digitalna promocija doprinose prepoznatljivosti kraja kao mjesta koje cijeni tradiciju i kvalitetnu skrb za starije osobe.
-  **Podrška lokalnim proizvođačima** – Korištenje lokalnih namirnica i recepata potiče lokalnu ekonomiju i održivi razvoj.

## 2.4 DRUŠTVENA I HUMANITARNA DIMENZIJA

Natjecanje „12 lica kuhinje“ je inicijativa koja donosi konkretne rezultate.

-  Glavna nagrada — objava u kalendaru za 2027. godinu — **nosi snažnu poruku vrijednosti ustanova**, s namjerom distribucije pretežito na međunarodnoj razini.
-  Cjelogodišnja online galerija, međunarodne izložbe i događanja dodatno ističu simboličku vrijednost kalendara te postaju **alat za izgradnju povjerenja među obiteljima, zajednicama i poslodavcima!**

Dobit kalendara „12 lica kuhinje“ usmjerava se u humanitarne svrhe.

-  Dio dobiti bit će namijenjen **savjetovalištu organiziranom za potrebe djelatnika ustanova – naših natjecatelja**. Uz humanitarnu, ovdje dolazi do izražaja i edukativna komponenta natjecanja.
-  Dio sredstava namijenjen je financiranju i dugoročnoj podršci udruga koje svojim radom doprinose očuvanju dostojanstva i kvalitete života starijih osoba.

### 3 KOME JE NATJECANJE NAMIJENJENO

Natjecanje „12 lica kuhinje” **namijenjeno je kuhinjskom osoblju u bolnicama i ustanovama za starije osobe diljem svijeta** — bez obzira na veličinu ustanove, osnivača ili vlasništvo.

Sudjelovati mogu kuhari i kuharice, pomoćno osoblje, servirke i drugi članovi kuhinjskog tima koji pridonose svakodnevnoj prehrani korisnika. Ključno je da kandidati dolaze izravno iz kuhinje, da su uključeni u tim i da imaju želju podijeliti priču o svom radu.

U fokusu su stvarni ljudi iz kuhinje, oni koji svakodnevno oblikuju okuse, ritam i atmosferu života korisnika i time čine razliku u svakodnevnicu starijih osoba.

**Uz djelatnike, natjecanje neizravno uključuje i korisnike, njihove obitelji te širu lokalnu zajednicu. Svi oni imaju koristi od isticanja, ponosa i povezanosti koje natjecanje donosi.**

#### 3.1 PRIMARNA CILJNA SKUPINA – NATJECATELJI

-  kuhari i kuharice
-  pomoćno osoblje
-  servirke i serviri
-  ostali članovi kuhinjskog tima

#### 3.2 NEIZRAVNI SUDIONICI I DIONICI

-  korisnici ustanova
-  članovi njihovih obitelji
-  uprave domova i ustanova
-  lokalna zajednica

#### 3.3 POSEBNOSTI I UKLJUČIVOST

-  Sudjelovanje je moguće neovisno o obrazovanju, stručnoj kvalifikaciji ili radnom statusu unutar kuhinje.
-  Sudjelovanje je omogućeno u različitim fazama i ulogama (nominacija, izbor, glasovanje, izložbe i sve aktivnosti navedene u pravilima).
-  Sudjelovanje je moguće bez obzira na prebivalište ili mjesto rada, neovisno o dobi i povezanosti s pojedinom ustanovom.
-  Sudjelovanje podrazumijeva podršku ustanove.

#### 3.4 ZAŠTO BAŠ ONI?

-  **Kuhinjsko osoblje** nije dovoljno vidljivo u sustavu, a njihov rad ima neposredan utjecaj na kvalitetu života starijih osoba. Ovim natjecanjem odaje im se priznanje, pruža prostor za izražavanje i doprinosi većem društvenom priznanju njihova rada.
-  **Obitelji** su često pred velikim odlukama i nepoznanicama prije donošenja važnih izbora. Ovo natjecanje postaje most komunikacije i doprinosi kvaliteti življenja cijele obitelji.
-  **Ustanove** su izložene nemilosrdnim tržišnim uvjetima. Balansiranje između zakonskih okvira, financijskih resursa, nedostatka osoblja u svim segmentima i održavanja standarda korisnika i zadovoljstva njihovih obitelji gotovo je nemoguća misija. Ovo natjecanje otkriva lijepe strane ustanova i pojačava osjećaj zajedništva djelatnika, korisnika, menadžmenta i zajednice.

## 4 TEMATSKI OKVIR

Središnja poruka natjecanja glasi:

*Vidljivost i priznanje kuhinjskom osoblju kao neupadljivom stupu skrbi*

**Tematski okvir natjecanja temelji se na autentičnom prikazu svakodnevice u kuhinjama bolnica i ustanova za starije osobe.**

Radovi trebaju prenijeti vrijednosti profesionalnosti, topline, kreativnosti i povezanosti s korisnicima i zajednicom. Poželjna je iskrenost izraza, jednostavnost i osobna perspektiva sudionika.

Tri tematske kategorije pomažu usmjeriti izražavanje kroz **fotografiju, recept i priču**.

### 4.1 SVAKODNEVNI ŽIVOT I RAD U KUHINJI

Prikaz stvarnih ljudi, procesa i odnosa — od pripreme obroka do timske dinamike. Ovdje se vrednuje autentičnost, trud, rituali, rutina i nevidljivi detalji koji čine razliku.

### 4.2 LOKALNA KULTURA I GASTRONOMSKA BAŠTINA

Kroz recepte, priče i vizuale prikazuju se lokalni okusi, običaji, sezonska jela i osobna sjećanja. Ova tema povezuje ustanovu s njenim geografskim i kulturnim kontekstom.

### 4.3 POVEZANOST, ZAJEDNIŠTVO I EMOCIJE

Teme koje ističu odnose: između djelatnika, između generacija, između kuhinje i korisnika. Vrijednosti koje se prenose: briga, pažnja, sigurnost, toplina, humor, improvizacija i međusobna podrška.

## 5 VREMENSKI OKVIR

Natjecanje „12 lica kuhinje“ provodi se cijelu 2026. godinu.

Kalendar s pobjedničkim radovima bit će distribuiran u prosincu 2026.

### **Faza**

Online nominacije

Podnošenje prijava

Evaluacija i postupak selekcije

Javno online glasanje

Proglašenje pobjednika

Objava kalendara

Ceremonija dodjele priznanja

Distribucija kalendara

### **Trajanje**

siječanj - kolovoz 2026.

lipanj - rujan 2026.

rujan 2026.

listopad 2026.

1. studenog 2026.

studen 2026.

prosinac 2026.

prosinac 2026.

*Ovakav raspored osigurava se dinamičnost natjecanja, ali i dugotrajna vidljivost pobjednika i svih uključenih ustanova.*

## 6 FORME IZRAŽAVANJA

Natjecanje „12 lica kuhinje” temelji se na tri forme izražavanja koje zajedno čine jednu cjelinu prijave. Svaki tim prijavljuje rad u sva tri segmenta:

### 6.1 FOTOGRAFIJA

Autentičan vizualni prikaz života i rada u kuhinji. Može uključivati ljude, radne procese, detalje, atmosferu, interakcije ili osobne trenutke. Fotografija treba biti iskrena i osobna, ne nužno profesionalna.

### 6.2 RECEPT LOKALNOG JELA

Jelo koje ima lokalno ili emocionalno značenje. Može biti tradicijsko, prilagođeno korisnicima ili nositi osobnu priču. Bitno je prenijeti okus, porijeklo i kontekst pripreme.

### 6.3 PRIČA O USTANOVI

Tekstualni segment koji donosi atmosferu, vrijednosti i karakter ustanove. Može uključivati anegdote, dijaloge, citate korisnika ili osoblja, opis dana u kuhinji ili posebnih događanja. Ne smije biti administrativni opis!

Sudionici ne moraju imati profesionalne vještine u pisanju ili fotografiji — važno je da je pristup iskren, kreativan i u skladu s tematskim okvirom.

### 6.4 TEHNIČKE SPECIFIKACIJE

Radovi se predaju digitalnim putem, isključivo putem online obrasca dostupnog na službenoj stranici natjecanja. Svaka prijava mora sadržavati tri elementa: fotografiju, recept i priču.

#### 6.4.1 Fotografija

-  Format: JPEG ili PNG
-  Dimenzija: minimalno 2000 px po dužoj stranici
-  Veličina: maksimalno 10 MB
-  Boja: u boji ili crno-bijelo
-  Minimalna rezolucija: najmanje 300 DPI
-  Obrada: dozvoljena osnovna obrada (svjetlo, kontrast), ali ne i montaža
-  Napomena: fotografija ne smije sadržavati tekstualne oznake, logotipe ni filtere; autentičnost i iskrenost su poželjne

#### **Što prikazati na fotografiji**

Koristiti prijedloge i upute iz poglavlja 4.1 i 6.1 i 7.1.1 ovog dokumenta!

#### **Što ne smije biti na fotografiji?**

Oružje, asocijacija na droge, cigarete i alkohol

Nazivi brandova osim ako ne postoje pisane dozvole

Religiozni simboli – bez obzira ako su i dio nakita ili scenografije

Spolni odnos, asocijacija na spolni odnos i spolni organi nisu prikladni

Erotika je dopuštena, ali će se u slučaju sumnje konzultirati stručni žiri

Napomena: Natjecatelj snosi materijalne i moralne konsekvence, i organizator se ograđuje od svih prikrivenih religioznih ili huškačkih poruka.

#### 6.4.2 *Recept lokalnog jela*

**Format:** tekst unutar .txt ili .docx, neformatiran (do 2000 znakova)

**Sadržaj:** naziv jela, osnovni sastojci, način pripreme, specifičnosti i kontekst (npr. povezanost s godišnjim dobom, prigodom, korisnicima)

**Napomena:** Recept se prijavljuje bez fotografije!

#### 6.4.3 *Priča o ustanovi*

**Format:** tekst unutar .txt ili .docx, neformatiran (do 2000 znakova)

**Sadržaj:** osobna priča, atmosfera kuhinje, odnos s korisnicima, timska dinamika, značaj pojedinih trenutaka

**Napomena:** priča može sadržavati dijaloge, citate, anegdote – ali ne smije biti administrativni opis ustanove

#### 6.4.4 *Opći tehnički uvjeti*

Rad mora biti originalan i neobjavljen

Sudionici potvrđuju autorstvo i daju suglasnost za korištenje u promotivne i edukativne svrhe

Svaki natjecatelj/tim može prijaviti samo jedan rad

Organizator zadržava pravo odbiti prijavu sudionika bez posebnog obrazloženja.

## 7 KATEGORIJE, KRITERIJI I OCJENJIVANJE

### 7.1 KATEGORIJE

Kategorije su vodič i inspiracija za izradu sva tri segmenta koji se ocjenjuju prilikom izbora. Kategorije olakšavaju odluku o scenografiji i sadržaju fotografije, olakšavaju odabir i prezentaciju recepta lokalnog jela i daju strukturu za stvaranje priče o ustanovi.

#### 7.1.1 *Kategorije fotografija*

-  **POGLED IZA KULISA** – fotografija kuhinjskog tima nije pozirana, iskrena i autentična treba biti. Primjeri: dan u kuhinji, priprema doručka, dostava namirnica, pauze, timski trenuci...
-  **PAR VRIJEDNIH RUKU** – detalji, krupni planovi, estetski snažno s fokusom na rad i pažnju. Primjeri: Ruke koje mijese, čiste, režu, toče čaj...
-  **KUHINJSKI KARAKTERI** - Portreti koji donose toplinu. Primjer: ljudi s jakom osobnošću, humorom, energijom...
-  **MEĐUGENERACIJSKE PRIČE** - Fokus na timove u kojima se prenosi znanje. Primjer: Stariji pokazuje mladom djelatniku...
-  **DETALJI KOJI ČINE RAZLIKU** – Detalji koji prolaze neprimijećeno u svakodnevici. Primjer: Ukrasi, salвете, stolnjaci, vaze, rukom ispisani jelovnici, cvijeće...

#### 7.1.2 *Kategorije recepata*

-  **JELA I RECEPTI KOJI OSVAJAJU SRCA** – Primjer: Jelo koje ima snažnu lokalnu priču, inovativno je ili nostalgично...
-  **OKUSI LOKALNE ZAJEDNICE** – Primjer: Jela koje povezuju ustanovu i lokalnu kulturu (manifestacije, godišnja doba, lokalni OPG-ovi)...
-  **PRIČA O ZDRAVLJU I HRANI** – Primjer: Hrana kao terapija, jelo kao psihološki podržavajući čin, kulinarSKI trenuci tijekom oporavka.

#### 7.1.3 *Kategorije priče*

-  **PRIČA S OSMJEHOM** – Primjer: Priča koja prikazuje tople, humoristične ili simpatične situacije iz kuhinje, ili kratke anegdote, ljudske priče iz ustanove...
-  **REČENICE KOJE OSTAJU** – Primjer: Kratki citati zaposlenika ili korisnika...
-  **INOVIACIJE I IMPROVIZACIJE** - Primjeri kako su ustanove improvizirale, štedjele, riješile problem kreativno (npr. zamjena sastojka, reciklaža hrane, nove ideje)...
-  **JELA PO IZBORU KORISNIKA** – Primjer: Oni izvoljevaju ili omiljena jela korisnika (najtraženiji ručkovi, blagdanske trpeze)...

#### 7.1.4 *Kako pristupiti kategorijama?*

U natjecanju „12 lica kuhinje“, svaka fotografija, recept ili priča može — i treba — izraziti više dimenzija svakodnevice.

-  Nemojte birati samo jednu kategoriju za fotografiju, recept ili priču. Naprotiv — nagrađuje se širina izražavanja.

Kod svake prijave vrednuje se koliko različitih kategorija uspijevate obuhvatiti unutar jednog oblika izražavanja.

Drugim riječima: što više kategorija prenesete u jednoj fotografiji, receptu ili priči, veće su šanse za visoku ocjenu.

 Pristupite zadatku kao izazovu:

- može li jedna fotografija pokazati tim, detalj, emociju i generaciju?
- može li recept govoriti i o zdravlju, zajednici i srcu?
- može li priča biti i citat, i improvizacija, i osmijeh?

 Ne brinite – niste prepušteni sami sebi.

Za sve zainteresirane timove organizirat ćemo besplatnu online kreativnu radionicu na kojoj ćemo pojasniti pristup, podijeliti primjere i pomoći vam da svoje ideje oblikujete jasno i snažno.

## 7.2 KRITERIJI

Svaki prijavljeni rad ocjenjuje se prema unaprijed definiranim karakteristikama unutar tri izražajna segmenta: fotografije, recepta i priče. Ukupno se vrednuje 12 karakteristika, svaka s mogućim rasponom od 0 do 3 boda.

### 7.2.1 Fotografija (5 karakteristika)

- a) Pogled iza kulisa – fotografija kuhinjskog tima nije pozirana, već iskrena i autentična.
- b) Par vrijednih ruku – detalji, krupni planovi, estetski snažno, fokus na rad i pažnju.
- c) Kuhinjski karakteri – portreti koji donose toplinu i osobnost.
- d) Međugeneracijske priče – prikaz prijenosa znanja i iskustva među generacijama.
- e) Detalji koji čine razliku – svakodnevni, a često neprimijećeni detalji.

### 7.2.2 Recept lokalnog jela (3 karakteristike)

- f) Jela i recepti koji osvajaju srca – lokalna priča, inovativnost ili nostalgija.
- g) Okusi lokalne zajednice – povezanost s lokalnom kulturom, sezonom, OPG-ovima.
- h) Priča o zdravlju i hrani – hrana kao terapija, podrška i pažnja.

### 7.2.3 Priča o ustanovi (4 karakteristike)

- i) Priča s osmijehom – tople, humoristične, simpatične situacije.
- j) Rečenice koje ostaju – citati zaposlenika ili korisnika.
- k) Inovacije i improvizacije – domišljata rješenja u radu i svakodnevnici.
- l) Jela po izboru korisnika – najtraženija jela, blagdanske trpeze, posebne prigode.

## 7.3 BODOVNA SKALA

| Bod | Značenje                          |
|-----|-----------------------------------|
| 0   | Karakteristika nije prisutna      |
| 1   | Karakteristika je naznačena       |
| 2   | Karakteristika je zadovoljena     |
| 3   | Karakteristika je snažno izražena |

Maksimalni broj bodova koje jedan prijavljeni tim može dobiti od jednog člana žirija iznosi **36 bodova**.

## 8 FAZE NATJECANJA

Natjecanje „12 lica kuhinje“ provodi se kroz jasno definirane faze kako bi se osigurala transparentnost, uključivost i kvaliteta konačnog izbora.

### 8.1 NOMINACIJA

Kandidate za natjecanje može predložiti bilo koja osoba — pojedinci, predstavnici ustanova, ili predstavnici medija.

Nominirani timovi primaju obavijest i pozivnicu za sudjelovanje.

*Nominacija nije uvjet za prijavu* — svi zainteresirani mogu se prijaviti samostalno.

### 8.2 PRIJAVA

Prijava se vrši putem online obrasca na službenoj web stranici natjecanja.

Prijava mora sadržavati sve tri forme izražavanja: jednu fotografiju, recept lokalnog jela i priču o ustanovi.

Obvezni prilozi uključuju:

-  jednu fotografiju
-  recept lokalnog jela
-  priču o ustanovi
-  kontakt podatke
-  izjavu o autorstvu

Temeljnu selekciju i dozvolu za prijavu provodi organizator uz podršku stručnog tima.

### 8.3 ODABIR FINALISTA

Stručni žiri vrednuje sve zaprimljene prijave prema definiranim kriterijima (vidi 7.3).

Na temelju ukupnog broja bodova u selekciju ulazi do 36 finalista.

### 8.4 OCJENJIVANJE I IZBOR POBJEDNIKA

Konačan rezultat temelji se na **zbroyu ponderiranih ocjena** sve tri skupine (vidi 7.3).

U slučaju izjednačenja, prednost ima rad s višim brojem bodova stručnog žirija.

## 9 POSTUPAK NOMINACIJE

### 9.1 NOMINACIJA KANDIDATA

Kandidate za natjecanje mogu predložiti različite osobe i organizacije, uključujući pojedince, predstavnike ustanova, predstavnike medija te stručnjake iz relevantnih struka. Nominacija je prvi korak u procesu koji ukazuje na potencijalne kandidate.

#### 9.1.1 *Tko može biti nominiran?*

Nominirane mogu biti sve bolnice i ustanove za skrb o starijim osobama koje imaju organizirano samostalno pripremanje hrane za svoje korisnike, bez obzira na veličinu, vlasništvo, sjedište i lokaciju. Tim osoblja u kuhinji mora imati najmanje dva člana.

#### 9.1.2 *Zahtjev za nominaciju*

Osnovni podaci o kandidatu su naziv ustanove, ime i prezime odgovorne osobe, adresa ustanove, kontakt podaci - telefon, e-mail.

#### 9.1.3 *Preporuka*

Nominacija može uključivati preporuku koja obrazlaže zašto je kandidat prikladan za natjecanje (neobavezno, ali poželjno).

#### 9.1.4 *Obavijest o nominaciji*

Nominiranog kandidata / ustanovu obavještava organizator i poziva na službenu prijavu.

## 10 POSTUPAK PRIJAVE

### 10.1 PRIJAVA NATJECATELJA

Prijava za natjecanje vrši se isključivo putem online obrasca dostupnog na službenoj stranici natjecanja. Kandidata za natjecanje može prijaviti samo ovlaštena osoba ustanove koristeći isključivo online obrazac na stranici natjecanja.

Obrasci za prijavu bit će aktivni od 1. siječnja 2026. do 30. rujna 2026.

#### 10.1.1 *Podaci potrebni za prijavu*

-  Osnovni podaci o kandidatu / ustanovi: Naziv ustanove, kontakt podaci (telefon, e-mail), internacionalni UID broj.
-  Osnovni podaci o odgovornoj osobi u ustanovi: Ime i prezime, pozicija, kontakt podaci.
-  Podaci o timu koje ustanova želi objaviti, uz pisani pristanak svih djelatnika čije se podaci i fotografije ili izjave šalju organizatoru.
-  Fotografija, Recept lokalnog jela i Priča o ustanovi prema uputama tehničkih specifikacija ovog dokumenta
-  Izjava o autorstvu: Izjava da su radovi originalni i autorska djela prijavitelja. (Izjava je prilagođena obrascu prijave u .pdf formatu i potrebno ju je downloadati, potpisati i ovjeriti pečatom i zajedno s ostalim materijalima elektronskim putem poslati organizatoru)

#### 10.1.2 *Privola za korištenje podataka*

Kandidati prijavom daju suglasnost za korištenje svojih prijavljenih radova u promotivne svrhe, uključujući objave na web stranici, društvenim mrežama, izložbama i kalendaru. Također, prihvaćaju da organizator može koristiti njihove osobne podatke u skladu s važećim zakonodavstvom o zaštiti podataka.

### 10.2 KORACI PRIJAVE

#### 10.2.1 *Ispunjavanje obrasca*

U online obrazac (na ovoj adresi) se unose potrebni podaci.

#### 10.2.2 *Dostava materijala*

Svi materijali (fotografija, recept i priča, kao i izjava o autorstvu) trebaju biti predani digitalno u odgovarajućim formatima (JPEG/PNG za fotografiju, .txt ili .docx za tekstove, .pdf za izjavu). .

#### 10.2.3 *Potvrda prijave*

Nakon uspješne prijave, kandidati će zaprimiti potvrdu putem e-maila da je njihova prijava zaprimljena i da će biti razmatrana.

#### 10.2.4 *Odbijanje prijave*

Organizator zadržava pravo odbiti prijavu bez posebnog objašnjenja a posebno u sljedećim slučajevima:

-  Ako prijava nije dovršena ili nedostaju traženi materijali.
-  Ako rad ne ispunjava tehničke uvjete ili sadrži neprihvatljive sadržaje.
-  Ako prijava ne zadovoljava autorska prava ili je prijavljeni rad već javno objavljen.

#### ***10.2.5 Prihvaćanje prijave i poziv na uplatu kvalifikacijske pristojbe***

Organizator šalje poziv na uplatu kvalifikacijske pristojbe odobrenim kandidatima. Prijava i sudjelovanje postaju valjani i obvezujući uplatom pristojbe!

#### ***10.2.6 Potvrda statusa natjecatelja i objava materijala na web stranici natjecanja***

Po uplati kvalifikacijske pristojbe organizator obavještava natjecatelja o aktivnom statusu i adresi objave njegovih materijala.

## 11 ŽIRI

U natjecanju „12 lica kuhinje“ sudjeluju tri žirija, svaki sa svojom ulogom i fazom djelovanja.

Svi koriste isti sustav bodovanja (0–3 boda po karakteristikci), a konačni rezultat izračunava organizator kroz naknadno ponderiranje.

### 11.1 STRUČNI ŽIRI

#### **Uloga: Selekcija finalista i izbor pobjednika**

Stručni žiri ocjenjuje sve formalno pristigle prijave s ciljem odabira finalista.

U njegovu su sastavu stručnjaci iz područja prehrane, gastronomije, gerontologije, fotografije i komunikacija.

Svaki član stručnog žirija **pregledava sve prijavljene kandidate** (ustanove) i **odabire dvanaest finalista**, pri čemu **svakome od njih pojedinačno dodjeljuje ocjene** prema unaprijed definiranim kriterijima.

Bodovi stručnog žirija čine 50 % ukupne ocjene u procjeni pobjednika.

### 11.2 ORGANIZACIJSKI ŽIRI

#### **Uloga: Izbor pobjednika**

Organizacijski žiri sastoji se od članova tima OpinioNet i ključnih suradnika projekta.

Njihova je zadaća **ocijeniti radove finalista** i donijeti konačnu odluku o rangiranju i nagradama.

Njihovi bodovi čine 20 % ukupne ocjene.

### 11.3 ŽIRI PUBLIKE

#### **Uloga: Izbor pobjednika**

Publika sudjeluje putem digitalne platforme u glasovanju za pobjednika.

Svaki sudionik online glasovanja može **odabrati jednog kandidata ili finalista** i **ocijeniti sa svih dvanaest kriterija**. Zbroj bodova publike čini 30 % konačne ocjene.

Online glasovanje bit će moguće samo jednom s iste e-mail adrese i s iste IP adrese, kako bi se osigurala ravnopravnost sudionika i vjerodostojnost rezultata.

### 11.4 ADMINISTRACIJA I PONDERIRANJE

Svi žiriji koriste jedinstvenu skalu od 0 do 3 boda po karakteristikci rada.

Administracija natjecanja provodi ponderirani izračun konačnih rezultata prema sljedećim omjerima:

-  Stručni žiri – 50%
-  Publika – 30%
-  Organizacijski žiri – 20%

## 12 NAGRADE I PRIZNANJA

Natjecanje „12 lica kuhinje” promovira priznanje, vidljivost i profesionalni status djelatnika kuhinja kroz više oblika nagrađivanja i isticanja primjera dobre prakse.

### 12.1 GLAVNE NAGRADE

*12 odabranih timova u tiskanom kalendaru 2027.*

**Dvanaest (!) kuhinjskih timova bit će nagrađeno objavom fotografije, recepta i priče u tiskanom kalendaru za 2027. godinu (osnovna verzija na njemačkom jeziku).**

Ovo uvrštenje predstavlja glavnu nagradu natjecanja, ujedno i javnu potvrdu kvalitete, ali i sredstvo za profesionalnu promociju lokalno i globalno.

Kalendar ima i simboličku vrijednost – odražava posvećenost, emociju i autentičnost rada u kuhinjama ustanova za starije osobe – te se distribuira međunarodno.

### 12.2 POSEBNA PRIZNANJA

**Uz glavne nagrade, dodjeljuju se i posebna priznanja koja ističu pojedine oblike kreativnosti i doprinosa kuhinjskih timova:**

12.2.1 *Nagrada publike – prema rezultatima online glasanja*

12.2.2 *Najbolja fotografija*

12.2.3 *Najbolja priča*

12.2.4 *Najbolji recept*

### 12.3 POGODNOSTI ZA DOBITNIKE

Pogodnosti su namijenjene svim dobitnicima glavnih i posebnih nagrada – kuhinjskim timovima koji svojim radom, kreativnošću i autentičnošću ostavljaju poseban trag.

Uključuju javna priznanja, promociju kroz tiskani kalendar i online galeriju, kao i pristup konkretnim oblicima stručne i poslovne podrške.

Dodjeljuju ih organizatori natjecanja, a pogodnosti vrijede cijelu 2026.godinu!

#### 12.3.1 *Javno priznanje i međunarodna vidljivost*

 **Svečana dodjela nagrada nagrada u Beču**, u sklopu 4. Konvencije Second Opinion.

 **Međunarodno priznanje „Poslodavac preporučen od strane međunarodnog žirija“**, u obliku službenog dokumenta izdaje organizator u ime međunarodnog žirija (certificirani status za promotivnu upotrebu do kraja 2027. uz službenu vizualnu oznaku organizatora)

 **Besplatno istaknuto mjesto u galeriji** na službenoj web stranici natjecanja tijekom cijele 2026. Godine

### 12.3.2 *Digitalna prisutnost i projektna podrška*

-  **Popust za redovita, mjesečna objavljivanja aktivnosti ustanove** na službenoj web stranici natjecanja – na njemačkom, engleskom a po potrebi i drugim jezicima (popust ovisi o količini i dinamici objava, a ne može biti manji od 30% niti veći od 50% cijene objave)
-  **Status „Partnerske ustanove savjetovališta OpinioNet“**, koji uključuje besplatnu godišnju pretplatu „[POVLAŠTENA](#)“ koja uključuje savjetovanja za zaposlenike domova i njihove obitelji. Posebnost je komunikacija na tri jezika i komunikacija s djelatnicima iz stranih zemalja (vrijednost pretplate 1.089,-€)

### 12.3.3 *Stručno umrežavanje i poslovna ekspanzija*

-  **Povlašteni uvjeti sudjelovanja na stručnim sastancima i tematskim forumima o izazovima nedostatka radne snage** – koje se održavaju online ([tjedno, mjesečno i kvartalno](#)) ili fizički u sjedištu organizatora u Beču. Povlašteni uvjeti obuhvaćaju pravo prvenstva prijave na događanja s ograničenim brojem sudionika i pravo na popust u iznosu ne manjem od 30% i većem od 50% cijene sastanaka i foruma
-  Povlašteni uvjeti sudjelovanja na studijskim putovanjima u organizaciji projektnih partnera

Ove pogodnosti doprinose odnosima poslodavac-djelatnik, jačaju image ustanove i djelatnika u zajednici, ali i otvaraju pristup međunarodnim profesionalnim mrežama te stvaraju temelje za daljnju suradnju, vidljivost i razvoj u području skrbi o starijim osobama.

## 13 ORGANIZACIJA, PARTNERI

### 13.1 ORGANIZATOR

Organizator i nositelj projekta je Second Opinion GmbH iz Austrije, Tuchlauben 7a, 1010 Beč. Voditelj projekta je Petra Reinbacher, komunikacija isključivo e-mailom, do statusa finalista. Administrator za prijave i tajništvo žirija dostupni su isključivo e-mailom

### 13.2 HUMANITARNI PARTNER

Fizičke i pravne osobe koje podržavaju projekt financijski ili nematerijalno (npr. logistički), bez sudjelovanja u programima ili očekivanja izravne koristi. Oblik priznanja je javna zahvala i objava.

### 13.3 PARTNER SADRŽAJA

Fizičke i pravne osobe koje, uz preuzimanje određenih obveza sudjelovanja, ostvaruju i pripadajuća prava i pogodnosti. Partneri sadržaja mogu postati i ustanove natjecatelji, nakon proglašenja finalista odnosno pobjednika.

#### 13.3.1 *Know-how affiliate*

Sudjeluje povremeno i djelomično; selektivno angažiran u okviru jedne teme ili vremenskog razdoblja.

#### 13.3.2 *Brand holder*

Dugoročno uključen; promovira elemente brenda kroz komunikaciju i događanja.

#### 13.3.3 *Impact backer*

Dugoročno i strateški uključen; sudjeluje u oblikovanju sadržaja i razvoju, javno je vezan uz projekt.

### 13.4 MEDIJSKI PARTNERI

Medijska partnerstva su u razvoju.

Svi detalji zainteresiranima se dostavljaju na zahtjev, a ažurirani popis objavljujemo na [www.12lica.com/pokrovitelji](http://www.12lica.com/pokrovitelji)

## 14 PROMOCIJA I DOSTUPNOST

### 14.1 IDEJA I POČETNA TOČKA

-  Grad Salzburg povjerio je izradu fotografija za kalendar 2025 s receptima iz domova za starije tvrtki Needful, a tisak tiskari druck.at. Needful je firma naše djece, a druck.at je više od 15 godina naša tiskara. I eto ideje!

### 14.2 KOMUNIKACIJA IZVAN GRANICA

Spisak će se formirati, dopunjavati i objavlјivati u rubrici Izložbe i događanja web stranice natjecanja!

### 14.3 PROMOCIJA NA MEĐUNARODNIM KONFERENCIJAMA

Spisak će se formirati, dopunjavati i objavlјivati u rubrici Izložbe i događanja web stranice natjecanja!

### 14.4 WEB STRANICA

[12lica.com](http://12lica.com): mini-web, galerija, urednički prilog

[opinion-net.com](http://opinion-net.com): savjetovalište, Jour-fixe, predavanja, kalendar događanja, kviz, urednički prilog

[opinion-hub.com](http://opinion-hub.com): sastanak, dijalog, forum, konvencija, kalendar događanja, urednički prilog

### 14.5 DRUŠTVENE MREŽE

Objave na tjednoj bazi

### 14.6 PROMOCIJA PUTEM VIDEO MATERIJALA

**Video intervjui sa sudionicima:** Intervjui s kuharima i drugim članovima kuhinjskog osoblja koji sudjeluju u natjecanju. Ovi videozapisi pokazuju osobnu strast i ljubav prema njihovom poslu, kao i značaj hrane u životima starijih osoba.

### 14.7 SURADNJA S INFLUENCERIMA

-  **Influenceri u sektoru hrane i socijalne skrbi:** Povezivanje s influencerima koji su specijalizirani za teme o hrani, socijalnoj skrbi i zdravlju starijih osoba. Ovi influenceri će dijeliti svoje mišljenje o važnosti kuhinjskog osoblja i poticati ljude da sudjeluju u natjecanju.
-  **Influenceri iz sektora humanitarnih organizacija:** Zbog humanitarne komponente projekta, influenceri koji rade u humanitarnim organizacijama će promovirati ovaj projekt i širiti svijest o njegovoj društvenoj vrijednosti.

### 14.8 SURADNJA S MEDIJIMA

-  **Press release i članci:** Objavlјivanje članka o natjecanju u specijaliziranim časopisima za gastronomiju, socijalnu skrb, zdravlje i turizam. Ovi članci mogu sadržavati inspirirajuće priče o natjecateljima i njihovim institucijama.
-  **Radijski i TV intervjui:** Organiziranje intervjua za radio i televizijske kanale, gdje će predstavnici natjecanja i finalisti podijeliti svoja iskustva, izazove i uspjehe. Takav format također može pomoći u širenju svijesti o važnosti kuhinjskog osoblja.

## 14.9 IZLOŽBE I DOGAĐANJA

-  **Izložbe radova:** Organiziranje fizičkih izložbi s pobjedničkim radovima (fotografijama i receptima), na kojima će se ljudi moći upoznati s radom i pričama kuhinjskog osoblja. Ove izložbe mogu biti postavljene u zajedničkim prostorima poput kulturnih centara, muzeja, galerija ili velikih trgovačkih centara.
-  **Gastronomski događaji i radionice:** Korištenje finalista natjecanja za vođenje gastronomskih radionica ili degustacija, gdje bi ljudi mogli isprobati jela koja su predstavljena u natjecanju.

## 14.10 PARTNERSTVA S INSTITUCIJAMA I PODUZETNICIMA

-  Spisak će se formirati, dopunjavati i objavljivati u rubrici Pokrovitelji web stranice natjecanja.

## 15 PRISTOJBE I CIJENE

### 15.1 PRISTOJBA ZA PRIJAVU

Ovu pristojbu u ukupnom iznosu od **250,- €** plaćaju kandidati koji žele sudjelovati u natjecanju. Pristojba pokriva troškove obrade prijave, pripremu materijala za glasovanje te osnovne tehničke troškove.

Pristojba ne uključuje troškove prijevoda, konzultacija ili posebno pozicioniranje prijave. Pristojba ne uključuje troškove putovanja, smještaja i prehrane povezane s ceremonijom proglašenja pobjednika i studijskim putovanjem.

### 15.2 PRISTOJBA ZA ULAZAK U FINALE

Uvjete će do kraja siječnja 2026. godine definirati organizacijski odbor!

### 15.3 KALENDAR

Natjecatelji i šira javnost mogu kupiti kalendar s pobjedničkim radovima po maloprodajnoj cijeni od **20,- €**. Dobit od prodaje usmjerena je u humanitarne svrhe.

Za narudžbe od 25, 50 i 100 primjeraka primjenjuju se posebni uvjeti. Moguć je tisak dodatnog sadržaja, reklamnih poruka i personalizacija. Sve posebne narudžbe imaju individualno određene cijene! Krajnji rok za narudžbe personaliziranih kalendara je 15.10.2026.

Kalendar će biti u prodaji u prosincu 2026. Želite li rezervirati primjerak ili podržati distribuciju? [Kontaktirajte nas!](#)

Na zahtjev, organizator će dostaviti smjernice ili individualnu ponudu.

### 15.4 PARTNERSKA PODRŠKA I SPONZORSTVA

Natjecanje ima humanitarni i komercijalni karakter. Partnerska podrška i financijska uključenja dobrodošli su, pod uvjetom da su u skladu s ciljevima natjecanja. **Na zahtjev, organizator će dostaviti smjernice ili individualnu ponudu.**

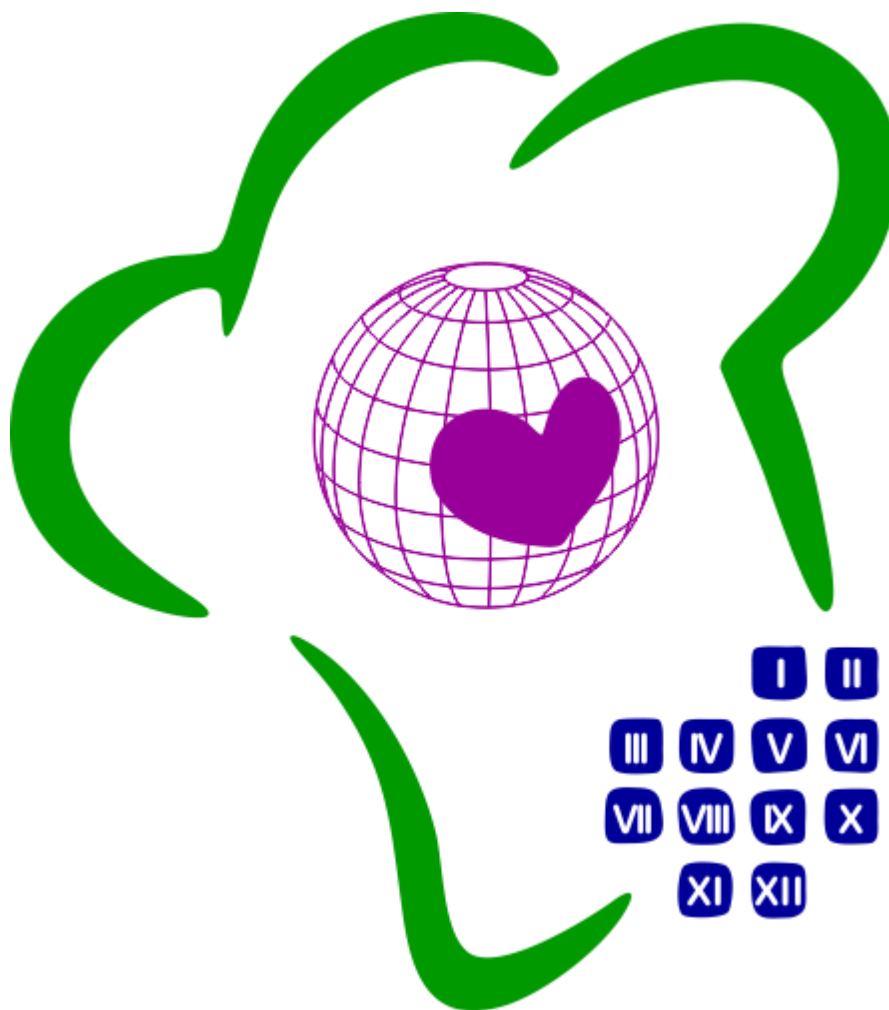
Objava promotivnih sadržaja i logotipa partnera moguća je u ograničenom opsegu, uz poštivanje sadržajne ravnoteže natjecanja.

### 15.5 SAVJETOVANJE

U pripremnoj fazi natjecanja voditeljima i timovima kuhinje **nudimo besplatno savjetovanje**. Kroz pristup našoj mreži međunarodnih stručnjaka želimo im **pomoći da iz natjecanja izvuku maksimalnu vrijednost**.

Natjecanje nije samo promidžba, već i prilika za strateško pozicioniranje na tržištima, komunikaciju sa klijentima te umrežavanje s kolegama globalno.

Individualno savjetovanje je moguće, a cijene su različite za pojedine stručnjake iz međunarodne mreže Second Opinion-a.



*Vidljivost i priznanje kuhinjskom osoblju kao neupadljivom stupu skrbi*