

Międzynarodowe Targi Żywności

1-3
CZERWCA
2017



Poniedziałek 8 MAJA 2016

DODATEK PROMOCYJNY

W warszawskim Nadarzynie jak w Berlinie

Warszawa wraz z całym regionem, nie ponosząc kosztów, zyskała narzędzie, dzięki któremu można przyciągnąć największe światowe wydarzenia wystawiennicze i targowe, które do tej pory ją omijały. Targi w Niemczech są od lat motorem napędowym niemieckiej gospodarki i najważniejszym narzędziem promocji niemieckich firm. W Polsce rola targów jest niedoceniana.

Dla organizacji takich wydarzeń nie było odpowiedniego miejsca. Ptak Warsaw Expo w warszawskim Nadarzynie wypełnia tę lukę i staje się ważnym ośrodkiem przyczyniającym się do rozwoju polskiej gospodarki. W czerwcu spotka się tu siedmiu ministrów rolnictwa Grupy Wyszehradzkiej poszerzonej o trzy kraje.

Ptak Warsaw Expo ma aspiracje stać się ośrodkiem na miarę Berlina, Paryża czy Londynu. I są ku temu warunki. Największa w środkowej Europie powierzchnia wystawiennicza w pawilonach, parkingi na 15 tysięcy pojazdów tuż przy halach targowych, dostępność węzła komunikacyjnego dróg ekspresowych. To

lokalizacja w zgodzie ze światowymi trendami – na rynku targowym wychodzenie na obrzeża metropolii staje się normą. W centrach brakuje miejsca na organizację wielkich imprez targowych, których znaczenia dla gospodarki nie sposób przecenić.

1-3 czerwca po raz pierwszy w historii, w Ptak Warsaw Expo w warszawskim Nadarzynie podczas Międzynarodowych Targów Żywności Warsaw Food Expo 2017 weźmie udział siedmiu ministrów rolnictwa krajów Grupy Wyszehradzkiej powiększonej o trzy kraje: Rumunię, Słowenię i Bułgarię.

Podczas targów zaplanowany jest udział oficjalnych delegacji Ministerstw Rolnictwa grupy V4+3 w uroczystym otwarciu Warsaw Food

Expo oraz w zwiedzaniu wystawy. Kluczowym elementem wydarzenia jest dwudniowa dyskusja ministrów na temat przyszłości rolnictwa. Podkreśla jak ważną rolę w polityce Grupy Wyszehradzkiej odgrywa rozwój i innowacyjność tej branży.

Targi to jeden z najważniejszych filarów gospodarczego rozwoju lokalnego, regionalnego i krajowego. Uaktywniają środowisko gospodarcze, poszerzają rynki dla miejscowego biznesu, generują interakcje społeczne i kulturalne. Istotną cechą życia targowego jest integracja elit gospodarczych, politycznych i społecznych.

Według szacunków Polskiej Izby Przemysłu Targowego przemysł

targowy przynosi polskiej gospodarce sporo ponad dwa miliardy złotych rocznie. Roczne wydatki wszystkich wystawców i zwiedzających biorących udział w targach organizowanych przez przedsiębiorstwa zrzeszone w izbie, wynoszą 953,4 mln złotych. Natomiast goście targowi wydają rocznie około 560 mln zł. Dzięki Ptak Warsaw Expo są szanse na znaczne zwiększenie tych przychodów. To poważna korzyść dla całej krajowej gospodarki. Nie tylko w wymiarze zysków, ale także polskiej reprezentacji na świecie. Dlatego miasta nie mogą sobie pozwolić na lekceważenie znaczenia obiektów targowych zlokalizowanych na ich terenie. Obiekty wystawiennicze nie pracują bowiem wy-

łącznie na własny rachunek. Są siłą napędową potężnej części gospodarki. Obiekty targowe są organizatorem nie tylko imprez lokalnych, krajowych, ale coraz częściej także tych o znaczeniu międzynarodowym.

Organizatorzy targów i operatorzy obiektów targowych potwierdzają, że rośnie świadomość ich wystawców i zwiedzających na temat funkcji spełnianych przez targi jako narzędzia komunikacji biznesowej i marketingu. Widzą oni związek między udziałem w targach, na których spotykają się reprezentowane przez nich podaź i popyt, a wzrostem sprzedaży oferowanych wyrobów i usług. ■

Niezbędne jest stworzenie wspólnej marki polskiej żywności



KRZYSZTOF JURGIEL
minister rolnictwa i rozwoju wsi

Nowoczesna technika, nowinki technologiczne i urządzenia ułatwiające codzienne życie są bardzo ważne. Nie zmienia to jednak faktu, że od początku naszych dziejów najważniejsza

jest żywność. Bezpieczeństwo żywnościowe ma kluczowe znaczenie. W tym pojęciu zawiera się zarówno ilość, jak i jakość żywności.

Polska ma bardzo długie i dobre tradycje w produkcji żywności. Od podjęcia decyzji o przystąpieniu do Unii Europejskiej po dzień dzisiejszy zmienia się nasze rolnictwo. W tej dziedzinie gospodarki nastąpił bardzo wyraźny postęp techniczny i technologiczny. Widoczny on jest w produkcji roślinnej i zwierzęcej. Nie mamy gleb zdegradowanych nadmierną chemizacją. Polscy rolnicy dzięki swojej pracowitości i umiejętności radzenia sobie w trudnych warunkach w bardzo krótkim czasie dostosowali się do coraz wyższych wymogów związanych z dobrostanem zwierząt i ochroną środowiska naturalnego. O to środowisko dbali zawsze i dziś możemy się cieszyć naturalnymi wiejskimi krajobrazami, których tak już brakuje w wielu innych krajach.

Mając takie warunki, wykorzystując stare, sprawdzone technologie, rozpoczęliśmy na szeroką skalę eksport naszych produktów rolnospożywczych praktycznie we wszystkich

kierunkach. Tylko w ostatnich dwóch latach uzyskaliśmy dostęp dla tych produktów do kolejnych 27 rynków zbytu. Eksportujemy do Azji, Afryki, Ameryki Północnej i Południowej. Nasza żywność znajduje nabywców na Bliskim i Dalekim Wschodzie, nie mówiąc już o rynku unijnym, na który trafia najwięcej produktów.

24,2 mln euro

wyniosła w ubiegłym roku wartość eksportu polskich artykułów rolnospożywczych, w tym na rynek UE sprzedano towary na kwotę 19,7 mln euro

O skali eksportu najlepiej świadczą podstawowe dane. Według nich w 2016 roku wartość eksportu artykułów rolnospożywczych wyniosła 24 182 mln euro, w tym na rynek UE sprzedano towary na kwotę 19 668 mln euro. Tradycyjnie, najwięcej artykułów rolnospożywczych sprzedano do Niemiec. Wartość tego eks-

portu na ten rynek wyniosła 5467 mln euro. Do Wielkiej Brytanii sprzedano towary o wartości 2149 mln euro, do Republiki Czeskiej – o wartości 1611 mln euro.

Wśród pozostałych ważnych partnerów handlowych największy, bo prawie dwukrotny, wzrost wartości eksportu w porównaniu z 2015 rokiem odnotowano w handlu z Gruzją – do wartości 25,8 mln euro, z Mozambikiem – do 23,3 mln euro, oraz Chile – do 21,2 mln euro. Do Gruzji sprzedano znacznie więcej niż rok wcześniej cukru, do Mozambiku zwiększono eksport pszenicy, a do Chile mięsa wieprzowego. Sprzedaż dużej partii pszenicy przyczyniła się do wzrostu wartości polskiego eksportu m.in. do Nigerii, RPA i Arabii Saudyjskiej. W efekcie łączna wartość sprzedanych towarów rolnospożywczych do Nigerii wzrosła o 67 proc. i wyniosła 52 mln euro, do RPA wzrosła o 62 proc., osiągając wartość 71 mln euro, zaś do Arabii Saudyjskiej – o 43 proc., tj. do ponad 350 mln euro. Na uwagę zasługuje również zwiększenie wartości eksportu jabłek na Białoruś, który przyniósł podniesienie wartości

sprzedaży na ten rynek o 43 proc., do 334 mln euro. Większa sprzedaż mięsa wieprzowego, drobiowego i podrobów jadalnych do Hongkongu wpłynęła na wzrost wartości eksportu do tego kraju o 48 proc., do 188 mln euro. Poza wyżej wymienionymi państwami stwierdzono również znaczący wzrost wartości sprzedaży polskich towarów rolnospożywczych m.in. do Senegalu (o 54 proc.), Japonii (o 34 proc.) i Izraela (o 23 proc.).

Na podkreślenie zasługuje fakt, że cały czas osiągamy dodatnie saldo wymiany handlowej, które za ubiegły rok wyniosło 7122 mln euro.

Te sukcesy możliwe były także dzięki zaangażowaniu inspekcji odpowiedzialnych za świadectwa weterynaryjne i fitosanitarne, które uzgadniały szczegóły dostępu dla naszych produktów rolnospożywczych do poszczególnych rynków. To również efekt zabiegów promocyjnych podczas targów i wystaw w wielu krajach świata. Nasza żywność cieszy się uznaniem konsumentów dzięki swoim walorom smakowym i jakościowym.

dokończenie • 2