

POZNAŃSKI MAGAZYN TARGOWY

pmt

TARGI  
RYNEK  
OPINIE

9/2007 ISSN 1230-8994

[4-28]

# Co na targach?

[34-36]

Kalejdoskop  
targowy



Mówią  
wystawcy [32-33]



Międzynarodowe Targi Poznańskie

PARTNER W BIZNESIE



## ■ Centrum Kongresowe Poznań-Targi

Zapewnia warunki do organizacji zjazdów i konferencji dla niemal 10 tys. uczestników, ale także kameralnych spotkań firmowych.

- 24 klimatyzowane sale konferencyjne o różnorodnym standardzie i wielu możliwościach aranżacji
- 9 pawilonów wystawienniczych przystosowanych do potrzeb konferencyjnych
- technika audiowizualna
- zaplecze bankietowe



Międzynarodowe Targi Poznańskie

# Sprawdzony partner biznesowy

## ■ Wyszczególniony organizator targów

MTP organizuje ponad 60 wyszczególnionych imprez targowych w ponad 100 segmentach rynku z czego:

- 25 targów to liderzy w swoich branżach w Polsce
- 23 imprezy targowe mają rekomendację Polskiej Izby Przemysłu Targowego
- 17 imprez targowych ma rekomendację UFI



## ■ Z MTP na zagranicznych targach

MTP organizuje polskie ekspozycje targowe za granicą. Proponuje wyjazdy na targi odbywające się na najbardziej obiecujących rynkach dla danej branży, imprezy o ugruntowanej renomie. Rocznie MTP organizuje wyjazdy na ponad 30 targów w różnych krajach.

## ■ Europejski standard

- niemal 110 000 m<sup>2</sup> krytej przestrzeni ekspozycyjnej – ponad połowa powierzchni połączona łącznikami komunikacyjnymi
- ponad 30 000 m<sup>2</sup> powierzchni otwartej
- 16 pawilonów wyposażonych w kanały medialne i bezprzewodowy dostęp do Internetu
- 24 komfortowo wyposażone sale konferencyjne na ponad 5 tys. osób i pawilony z możliwością aranżacji przestrzeni konferencyjnej – dla niemal 10 tys. osób
- saloniki do kameralnych spotkań biznesowych

Tereny wystawowe i standard infrastruktury sytuują Międzynarodowe Targi Poznańskie w pierwszej lidze europejskich ośrodków wystawienniczych.

### Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.

Głogowska 14, 60-734 Poznań  
tel: 061 869 20 00  
fax: 061 866 29 99  
e-mail: info@mtp.pl

MTP jest członkiem:



Polska Izba Przemysłu Targowego

[www.mtp.pl](http://www.mtp.pl)

## Drodzy Czytelnicy,

oddajemy do Państwa rąk **Poznański Magazyn Targowy** w nowej postaci. Międzynarodowe Targi Poznańskie ulegają nieustannym przeobrażeniom w odpowiedzi na zmieniające się potrzeby rynku i rozwój polskiej gospodarki. **Poznański Magazyn Targowy** dostosowuje swoją formułę do aktualnych potrzeb wydawcy – Międzynarodowych Targów Poznańskich. Będzie się ukazywać jako kwartalnik, podsumowujący najważniejsze wydarzenia z życia Międzynarodowych Targów Poznańskich w ostatnich trzech miesiącach. Chcemy, by stał się on ważnym elementem komunikacji pomiędzy Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, wszystkimi organizacjami współtworzącymi targowe wystąpienia i uczestnikami targów. Będziemy przybliżać samą firmę, jej infrastrukturę i potencjał, aby pomóc Państwu jak najefektywniej wykorzystać doświadczenie i możliwości tego największego w Polsce i łączącego się na świecie organizatora targów.

Przekonają Państwo, że tereny targowe służą nie tylko organizowaniu imprez wystawienniczych. To także świetne miejsce do aranżowania spotkań naukowców czy koncertów wielkich gwiazd. Nie zapominamy oczywiście o samych targach, ponieważ to one są podstawą działalności Międzynarodowych Targów Poznańskich. Prezentujemy ich najważniejsze wydarzenia i kierunki rozwoju oraz tło gospodarcze wpływające na kształt danych targów. Przedstawiamy opinie wystawców, potwierdzające, że warto brać udział w targach, i wyjaśniające, dlaczego to się opłaca.

W naszym magazynie informujemy Państwa o usługach świadczonych przez Międzynarodowe Targi Poznańskie wystawcom; w tym numerze pragniemy zwrócić uwagę na możliwości korzystania z reklamy na targach.

Chcemy zainteresować Państwa nie tylko targami, lecz oddać też niepowtarzalną atmosferę i klimat Poznania – miasta, które zawsze chętnie wita gości i stara się umilić im tutaj pobyt.

Zapraszamy do lektury  
Redakcja



### POZNAŃSKI MAGAZYN TARGOWY 9/2007 (312)

Oficjalne czasopismo Międzynarodowych Targów Poznańskich. Wydawane od 1959 r.

**Redaktor naczelna:** Halina Buczkowska  
**Redakcja:** Aldona Kasietczuk, Dorota Krawczak, Donata Naumienko, Anna Olszewska-Marcinkiewicz, Dorota Piątkowska  
**Projekt graficzny:** PressEnter – Sylwia Zelepin  
**Fotografie:** Aneta Burda-Kamińska, Maciej Kaczyński, Piotr Piosik, Dana Pucitowska, Karolina Sikorska, Marek Zakrzewski, archiwum  
**Przygotowanie do druku:** PressEnter  
**Druk:** Poligrafia Piotrowski  
Oddano do druku: grudzień 2007 r.

**Redakcja:**  
Trębacka 4, 00-074 Warszawa  
tel. 022 827 07 56  
fax 022 827 07 59  
e-mail: warszawa@mtp.pl  
**Wydawca:**  
Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.  
Głogowska 14, 60-734 Poznań  
tel. 061 869 20 00  
fax 061 869 29 99  
e-mail: info@mtp.pl, www.mtp.pl



## W KALENDARZU

Co przyniesie rok 2008?

2



## CO NA TARGACH?

Targi przemysłu spożywczego  
– nowe i specjalistyczne

4

Targi rolnicze  
– zgodnie z kalendarzem  
upraw i hodowli

10

Targi turystyczne – zgodnie z trendami

15

Targi ekologiczne – wspólne korzyści

20

Targi dla pasjonatów – biznes plus zabawa

24

## RYNEK

Unia Europejska – ile w budżecie?

29

## MÓWIĄ WYSTAWCY

32

## KALEJDOSKOP

Targi tętniące życiem

34

## POZNAŃSKIE KLIMATY

Historia pewnego rogala

37



# Co przyniesie rok 2008?

Międzynarodowe Targi Poznańskie generują około 1,5 miliona spotkań biznesowych rocznie. Właśnie to sprawia, że MTP zaliczane są do pierwszej trójki najbardziej aktywnych centrów targowych świata i do trójki liderów rynku targowego Europy Środkowo-Wschodniej. Tę właśnie zdolność kreowania kontaktów biznesowych targi uważają za swą najważniejszą umiejętność – za swą misję.

Ponad 60 wydarzeń targowych, organizowanych przez cały rok, od stycznia do grudnia, 11 tysięcy ekspozycji firmowych, odwiedzanych przez 315 tysięcy fachowych interesantów, 1200 seminariów i konferencji, przyciągających corocznie 85 tysięcy uczestników – to świadectwo i dowód na to, że oferta MTP cieszy się uznaniem rynku.

Oferta Międzynarodowych Targów Poznańskich odpowiada na wyzwania nowoczesnej gospodarki Program wystawienniczy kształtowany jest przez potrzeby rynku. Co roku kalendarz targowy wzbogaca się o nowe propozycje.

**n** W 2008 nowością będą Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz BUDMA Interior, Targi Akwarystyczne AQUAZOO, Glasstone, beautyVISION – Forum Kosmetyki i Solariów, Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej KOMTECHNIKA, Salon Kontraktacji Ogrodniczych PRO-HORTI oraz nowy salon targów ITM Polska – Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów HAPE.



Fot. Serwis prasowy MTP

## Targi europejskiej skali

Na świecie istnieją 44 centra wystawiennicze o krytej powierzchni przekraczającej 100 000 m<sup>2</sup>. 11 z nich znajduje się poza Europą. Spośród europejskich centrów wystawienniczych dysponujących powierzchnią powyżej 100 000 m<sup>2</sup> trzy funkcjonują w Europie Środkowo-Wschodniej. Wśród nich znajdują się Międzynarodowe Targi Poznańskie z krytą powierzchnią wystawienniczą 110 000 m<sup>2</sup>. (źródło:AUMA)

Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-TECH 2007

22-25.01.	BUDMA Międzynarodowe Targi Budownictwa
	INVESTFIELD Salon Nieruchomości i Inwestycji
	Centrum Budownictwa Sportowego
	BUMASZ Międzynarodowe Targi Maszyn, Pojazdów i Sprzętu Budowlanego
08-10.02.	NA RYBY Targi Sprzętu Wędkarskiego <sup>1)</sup>
	AQUAZOO Targi Akwarystyczne
15-17.02.	Polagra-PREMIERY Międzynarodowe Targi Mechanizacji Rolnictwa
22-24.02.	Targi Edukacyjne
	Salon Wyposażenia Szkół
	KSIĄŻKA DLA DZIECI I MŁODZIEŻY – VII Poznańskie Spotkania Targowe
04-06.03.	NEXT SEASON Salon Kontraktacji
	TEX-STYLE Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków
	BODY STYLE Salon Bielizny i Mody Plażowej
	SPECIAL DAYS Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej
	Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych
	INTERMASZ Międzynarodowy Salon Maszyn Włókienniczych, Odzieżowych i Obuwniczych
12-14.03.	SALMED Międzynarodowy Salon Medyczny
	EURO-REKLAMA OUTDOOR EXPO Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
01-04.04.	FURNICA Targi Komponentów do Produkcji Mebli
	DREMA Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego
11-12.04.	Poznański Salon Optyczny <sup>2)</sup>
11-13.04.	GARDENIA Targi Ogrodnicze
22-25.04.	INSTALACJE Międzynarodowe Targi Instalacyjne
	SAWO Międzynarodowe Targi Ochrony Pracy, Pożarnictwa i Ratownictwa
	SECUREX Międzynarodowa Wystawa Zabezpieczeń
26-27.04.	LOOK Forum Fryzjerstwa
	beautyVISION Forum Kosmetyki i Solariów



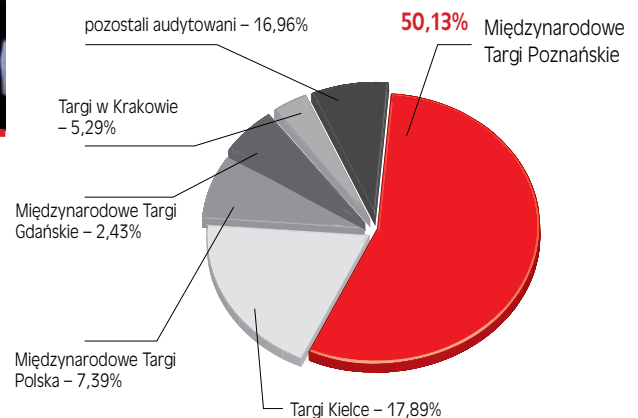
## MTP w czołówce

Audytowane przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Statystyki Targowej Centrex w 2006 r. targi i wystawy zgromadziły łącznie ponad 53 000 wystawców i ponad 3,8 mln zwiedzających. Sprzedano łącznie prawie 1,8 mln m<sup>2</sup> powierzchni wystawienniczej. Wśród targów audytowanych Międzynarodowe Targi Poznańskie z ogólną liczbą 11 443 wystawców zgromadzonych na wszystkich imprezach wystawienniczych organizowanych w 2006 r. znalazły się na pierwszym miejscu.

### W międzynarodowym gronie

W targach MTP bierze udział rocznie około 2600 firm zagranicznych – z 60 krajów świata. To ponad 50% wszystkich wystawców z zagranicy uczestniczących w targach w Polsce.

źródło: Badania Instytutu Turystyki i Polskiej Izby Przemysłu Targowego



n	09-11.05.	FIT-EXPO Fitness & Sport Park Poznańskie Spotkania Motoryzacyjne	
	10-11.05.	Electronic Sports World Cup Poland (ESWC)	
	13-15.05.	EXPOPOWER Międzynarodowe Targi Energetyki	
n	15-17.05.	Kongres Stomatologiczny	
	28-31.05.	MEBLE Targi Mebli HOME DECOR Targi Wyposażenia i Wystraju Wnętrz BUDMA INTERIOR Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz	
		09-11.06.	INFOSYSTEM Informatyka dla Przemysłu i Administracji
09-12.06.		INNOWACJE - TECHNOLOGIE - MASZYNY POLSKA (ITM-POLSKA): MACH-TOOL Salon Obrabiarek i Narzędzi • METALFORUM Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego • SURFEX Salon Technologii Obróbki Powierzchni • TECHNOGAZ Salon Gazu i Nafty • WELDING • TRANSPORTA • NAUKA DLA GOSPODARKI • HAPE Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów	
n	02-04.09.	NEXT SEASON Salon Kontraktacji TEX-STYLE Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków BODY STYLE Salon Bielizny i Mody Plażowej SPECIAL DAYS Salon Mody Ślubnej, Komuniowej i Wieczorowej Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych EURO-REKLAMA GIFT EXPO Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych	
		14-18.09.	POLAGRA-TECH Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych, w tym: 14-18.09. Salon Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego 15-17.09. Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności 15-18.09. Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mleczarskiego 15-18.09. Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego
		15-18.09.	POLAGRA-FOOD Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii TAROPAK Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki
		15-17.09.	Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności
		25-27.09.	CEDE XVIII Środkoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych <sup>3)</sup> XIV Zjazd Zespołów Stomatologicznych

n	03-05.10.	FARMA Międzynarodowe Targi Hodowli i Rozwoju Obszarów Wiejskich PRO-HORTI Salon Kontrakcji Ogrodniczych Krajowa Wystawa Ogrodnicza <sup>4)</sup> Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych <sup>5)</sup>	
	16-18.10.	BUY POLAND TOUR SALON Targi Regionów i Produktów Turystycznych INVEST-HOTEL Targi Wyposażenia dla Hotelarstwa i Gastronomii	
		18-19.10.	HOBBY Salon Modelarstwa
		07-08.11.	OPTYKA Targi Optyczne
n	13-16.11.	BOATSHOW Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych <sup>6)</sup>	
	15-16.11.	POZNAŃ GAME ARENA	
	15-18.11.	GLASSTONE Targi Produkcji, Przetwórstwa, Obróbki Szkła i Kamienia	
n	25-28.11.	POLEKO Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska KOMTECHNIKA Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej Międzynarodowe Targi Higieny i Ochrony przed Szkodnikami	
		05-07.12.	Festiwal Przedmiotów Artystycznych

Przed podjęciem ostatecznej decyzji o udziale w targach prosimy o sprawdzenie aktualnych dat na stronach internetowych [www.mtp.pl](http://www.mtp.pl)

<sup>1)</sup> Współorganizator: Stowarzyszenie Polskich Producentów i Importerów Sprzętu Wędkarskiego

<sup>2)</sup> Organizator: Międzywojewódzki Cech Rzemiosł Optycznych w Poznaniu

<sup>3)</sup> Organizator: Exactus Sp.j.

<sup>4)</sup> Współorganizator: Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Ogrodnictwa O/Poznań

<sup>5)</sup> Współorganizatorzy: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowe Centrum Hodowli Zwierząt, Związki Hodowców Zwierząt

<sup>6)</sup> Współorganizator: Interservis



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-FOOD 2007

## TARGI PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

# nowe i specjalistyczne

### Jaka jest formuła targów?

Formuła targów skrojona została na miarę potrzeb wystawców i zwiedzających, w zgodzie ze światowymi tendencjami wystawienniczymi. Ekspozycję POLAGRY-FOOD tworzy pięć tematycznych salonów: Salon Wyrobów Spożywczych i Napojów, Salon Gastronomii, Salon Win i Alkoholii, Salon Franchisingu i Salon Wyposażenia Sklepów.

POLAGRA-TECH to także pięć salonów, organizowanych jednak zarówno w cyklu rocznym, jak i dwuletnim. Co roku odbywać się będzie Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego. Pozostałe: Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mięsnego, Salon Urządzeń Chłodniczych, Klimatyzacyjnych i Grzewczych Salon Przemysłu

Piekarskiego i Cukierniczego oraz Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mleczarskiego – organizowane będą przemienne, co dwa lata. Podczas premierowej edycji targów POLAGRA-TECH we wrześniu tego roku zaprezentowały się firmy oferujące maszyny i urządzenia dla przemysłu spożywczego, przetwórstwa mięsa oraz technologie chłodnictwa i klimatyzacji.

### Jak są one oceniane?

Tegoroczna edycja POLAGRY-FOOD i POLAGRY-TECH była premierową odsłoną całkowicie nowej postaci targów przemysłu spożywczego. Zarówno wystawcy, jak i zwiedzający chwaliли wydzielenie dwóch specjalistycznych imprez targowych. Ich zdaniem, przede wszystkim daje to przejrzysty obraz merytoryczny oferty targowej.

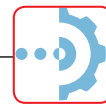
Pozwala uwypuklić najbardziej aktualne grupy tematyczne i zwrócić na nie uwagę zarówno opinii publicznej, jak i zwiedzających. Zdecydowanie ułatwia dotarcie publiczności targowej do wybranych przez nią produktów. Wyraźny rozdział wszystkich odbywających się na terenie targów imprez, ich czytelne oznakowanie, informacje w oddzielnych przewodnikach, wydzielenie z obszaru ekspozycji przestrzeni tematycznych, dokładne sprofilowanie programu wydarzeń okołotargowych – to wszystko prowadzić ma zwiedzających dokładnie do miejsca, którego szukają.

### Międzynarodowe kontakty

Liczba spotkań biznesowych, które odbywają się na poznańskich targach spożywczych,

Wrzesień w Poznaniu to czas największego i najbardziej prestiżowego spotkania przedsiębiorców związanych z przemysłem spożywczym w regionie Nowej Europy. Na terenie MTP odbywają się wtedy równocześnie dwie wyspecjalizowane imprezy targowe: Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii POLAGRA-FOOD oraz Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych POLAGRA-TECH. Uzupełnia je Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności i ekspozycje targów powiązanych z nimi tematycznie. Co dwa lata w tym samym czasie organizowane są Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD naprzemiennie z Międzynarodowym Salonem Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK.

sięga tysięcy. Tak mówią targowe statystyki. Większość z nich to rozmowy prowadzone na stoiskach firm. Niemalą część stanowią jednak spotkania odbywające się w ramach wydarzeń aranżowanych przez MTP, przede wszystkim giełd międzynarodowej kooperacji. Zawsze jest to odzwierciedlenie potrzeb międzynarodowego rynku. Na POLAGRZE-FOOD goszczą także delegacje rządowe. Na tegorocznych targach do największych należała delegacja chińskiej prowincji Yunnan. W Chinach mieszka 25% ludności świata, podczas gdy tereny uprawne zajmują zaledwie 7% powierzchni kraju. Rynek ten jest więc dla eksporterów wielką szansą i jednocześnie dużym wyzwaniem. W roku 2006 eksport polskich towarów do Chin wzrósł prawie o 70%, trend ten utrzymuje się także w roku 2007. Ponad 60 chińskich gości zainteresowa-



**P**onad 1000 firm, ekspozycja o powierzchni niemal 30 tys. m<sup>2</sup> – tegoroczne targi przemysłu spożywczego dały szansę poznania oferty produktów i technologii rodem niemal z 40 państw całego świata. Było wśród nich 250 rynkowych nowości. Boom na nowe produkty nie dziwi – w relacjach telewizyjnych i prasowych z targów powtarzało się systematycznie hasło „eksport”. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej przyniosło duże ożywienie właśnie w przemyśle spożywczym. Ekspozycje targową obejrzało blisko 40 tys. profesjonalistów.



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-FOOD 2007

nych nawiązaniem współpracy handlowej i produkcyjnej wzięło udział w spotkaniach z polskimi firmami w ramach Dnia Chińskiego.

## Specjalnie dla handlowców

W cyklu konferencji i paneli dyskusyjnych pod nazwą Dwa Dni dla Dystrybucji co roku pojawiają się na targach tematy warte rozmowy w gronie ludzi z branży – właściciele

sklepów, przedstawiciele sieci handlowych, hurtowników, detalistów menedżerów lokali gastronomicznych, producentów i organizacji kupieckich. Podczas ostatniej edycji targów motywem przewodnim była żywność dla dzieci oraz marki własne sieci handlowych. Jak dowodzą ostatnie badania przeprowadzone przez AC-Nielsen Polska, marki własne sieci handlowych, choć są na polskim rynku stosunkowo nowym zjawiskiem, zyskują coraz więcej zwolenników wśród konsumentów, zwiększając

systematycznie swój udział w koszyku FMCG. Podczas konferencji Dwa Dni dla Dystrybucji zaproszeni eksperci, praktycy i dziennikarze wspólnie przyjrzel się ewolucji rynku marek własnych w Polsce, jego strukturze i perspektywom rysującym się przed firmami, które budują swoją siłę właśnie na markach własnych.

– W roku 2006 marki własne odpowiadały za 9% sprzedaży koszyka FMCG, choć zaledwie rok wcześniej ich udział był o jedną trzecią mniejszy – tłumaczyła Agnieszka Bujak z ACNielsen Polska. – Większość sieci hipermarketów, z doświadczeniami na innych rynkach europejskich, ma już w swojej ofercie zarówno marki własne z najniższego segmentu cenowego, jak i te ze średniego.

## W krainie gastronomii

Ta branża wzbudza duże zainteresowanie. To szansa na dobry interes, którą warto wykorzystać. Według ocen hotelarzy dobrze zorganizowany dział gastronomii może generować nawet 30% przychodów obiektu noclegowego! Wokół tych właśnie tematów koncentrować się będą rozmowy na konferencjach w 2008 roku. Konferencje organizowane podczas targów są nie tylko ciekawe, ale stanowią część wielkiego branżowego spotkania. Przykładowo właściciele hoteli, sieci gastronomicznych i niezależnych restauracji uczestniczący w II Konferencji Biznesu Gastronomicznego Food & Catering Profit 2007, która odbyła się na targach, poznali nie tylko sprawdzone przez praktyków sposoby na podniesienie sprzedaży w ga-

stronomii, ale także najnowsze analizy rynku, nowe techniki sprzedaży usług i rozwiązania, które przyczyniły się do sukcesu wielu firm gastronomicznych.

## Mała czarna i latte grande

Jednym z pierwszych miejsc w Europie, gdzie można było wypić filiżankę kawy, była kawiarnia „Zur blauen Flasche”, otwarta w roku 1683 w Wiedniu przez Polaka – Franciszka Jerzego Kulczyckiego. Był on jednym z prekursorów światowego trendu – dziś kafejki,



Rafał Adamek, mistrz Polski 2006, barista podczas pokazu parzenia kawy

bary kawowe i miejsca, w których kawa stanowi jedną z najważniejszych pozycji w menu, otwiera się niemal w każdym zakątku świata. Nie inaczej jest w Polsce. W 1996 r. każdy Polak wypijał średnio ok. 280 filiżanek kawy, dziesięć lat później już ponad 510 filiżanek. Zapotrzebowanie rynku na profesjonalny sprzęt do parzenia kawy i wiedzę baristyczną jest bardzo duże i wciąż rośnie. Już po raz kolejny na targach POLAGRA-FOOD 2008 organizowane będą dwie targowe Wyspy Kawowe, na których będzie można przyjrzeć się z bliska profesjonalnie wyposażonej i pracującej kawiarni oraz spróbować espresso, cappuccino i drinków kawo- >>>



polagra-food

*Polska jest liczącym się w Europie producentem wyrobów spożywczych – pod względem technologicznym dorównujemy światowym liderom. Z drugiej strony to dynamicznie rozwijający się rynek konsumencki, otwarty na nowości i chętnie podchwytyjący światowe tendencje. Chcemy, by nasze targi dawały swoim rozmachem pełny obraz tej branży.*

**HANNA SKRZYP CZAK**  
dyrektor targów POLAGRA-FOOD



## Najlepsi z najlepszych

Uroczystość wręczenia Złotych Medali MTP to zawsze bardzo wyczekiwana chwila. Złote Medale są niezwykle prestiżową nagrodą, znaną i uznaną nie tylko w Polsce. Dla konsumentów znak Złotego Medalu to niekwestionowany znak jakości. Honorowane nim są najlepsze produkty prezentowane na targach poznańskich, charakteryzujące się nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi. Poniżej prezentujemy laureatów konkursów na targach odbywających się w czwartym kwartale 2007 r.

### POLAGRA-FOOD

twarożek kanapkowo-sernikowy „Mój ulubiony” - Spółdzielnia Dostawców Mleka w Wieluniu • mleko zagęszczone strodzone kakaowe gotowane 533 g - Spółdzielnia Mleczarska Gostyni • ser topiony kremowy z oliwkami - Lactima Sp. z o.o., Morąg • krem chrzanowy 190 ml - PW SMAK Firma Rodzinna Pysz Sp. z o.o., Żory • Zott Jogobella Drink truskawka - Zott GmbH & Co.KG, Niemcy (zgłaszający: Zott Polska Sp. z o.o., Opole) • Ser wędzony „Nasz salami” - Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Chojnicach • zestaw herbatki Loyd Tea rozgrzewających „Grzaniec” i „Herbatka z sokiem malinowym” - Mokate SA, Ustroń • jogurt „Suszona Sliwka” - Jogo Łódzka Spółdzielnia Mleczarska • ser „Ementaler z Zakopanego” krojony - Mlekovita Podhalański Zakład Produkcyjny, Zakopane (zgłaszający: Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita, Wysokie Mazowieckie) • ser „Sokół” plastry - Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita, Wysokie Mazowieckie • maślanka brzoskwińowa - Spółdzielnia Mleczarska Września • ser twarogowy półtłusty - Spółdzielnia Mleczarska Września • jogurt śródziemnomorski naturalny 10% - Zakład Mleczarski Sp. z o.o., Kobylnica • zestaw „Przetwory zapomniane” - jarzębina do herbaty, powidła z mirabelki żurawina z jabłkiem, konfitura z rokitnika pospolitego - Fungopol Sp.j., Skup i Przetwórstwo Runa Leśnego, Brusy Kinice • kabanosy łowieckie - Stół Polski Sp. z o.o., Ciechanowiec (zgłaszający: Hunter Wild Sp. z o.o., Wałbrzych z Grupy Kapitałowej Polskiego Koncernu Mięsnego Duda SA, Warszawa) • pasztecik z wiejskiego wesela - Stół Polski Sp. z o.o., Ciechanowiec (zgłaszający: Stół Polski Sp. z o.o. Warszawa z Grupy Kapitałowej Polskiego Koncernu Mięsnego Duda SA, Warszawa) • czekoladki nadziewane „Bon ton” - Przedsiębiorstwo Wyróbów Cukierniczych Odra SA, Brzeg • wyrób w czekoladzie, cukierki o rdzeniu miękkim „Truffle” - Przedsiębiorstwo Wyróbów Cukierniczych Odra SA, Brzeg

>>>

wych, serwowanych podczas mistrzostw baristów. W taki właśnie niekonwencjonalny sposób na tegorocznych targach prezentowały swoją ofertę firmy Primulator i Cream.

## Mistrzowie na targach

Prestiż targów jest tak duży, że właśnie podczas ich trwania rozstrzygane są najważniejsze branżowe konkursy. Dzięki temu w 2008 roku będziemy mogli podziwiać rywalizację kucharzy o **Kulinary Puchar Polski**. Ten najważniejszy konkurs gastronomiczny w Polsce będzie rozgrywany po raz ósmy. Wezmą w nim udział laureaci najbardziej prestiżowych konkursów kulinarnych. Odbędzie się również **Mistrzostwa Polskich Cukierników**, a także współorganizowany z Wielkopolską Izbą Gastronomii konkurs **Wielkopolski Kucharz Roku**. Tradycyjnie odbędzie się też **Primerba Cup 2008**. W wielu konkursach potrawy ocenia międzynarodowe jury. Wśród oceniających Kulinary Puchar Polski znaleźli się w tym roku przedstawiciele Instytutu Paul Bocuse'a. Nie był to jedyny międzynarodowy akcent. Wielu emocji dostarczyły Międzynarodowe Eliminacje do **Pucharu Świata w Piekarstwie Coupe Louis Lesaffre** dla krajów Europy Centralnej.



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-TECH 2007



Wymagania polskich konsumentów są coraz większe, polscy producenci żywności przebojem wkroczyli także na rynki Europy Zachodniej. Rosnąca produkcja i konieczność sprostania wysokim standardom jakości oznacza zwiększone inwestycje technologiczne – tworząc targi POLAGRA-TECH, tak wąsko wyspecjalizowane, chcieliśmy dać dostawcom urządzeń dla przemysłu spożywczego i przedsiębiorcom działającym w tej branży naprawdę profesjonalne forum komunikacji.

**JOANNA JASIŃSKA**  
dyrektor targów POLAGRA-TECH

## Smaki świata à la carte

Nie bez powodu na targi POLAGRA-FOOD zaprasza z plakatów i billboardów hasło „Targi z apetytem!”. Wystawcy prześcigają się w pomysłach na spektakularną promocję swoich wyrobów działającą na wszystkie zmysły potencjalnych klientów. Na zwiedzających czeka więc w halach targowych prawdziwy festiwal smaków i aromatów. Warto o nich zabiegać, ponieważ targi odwiedza blisko 40 tys. profesjonalistów. Pod znakiem Unilever Foodsolutions oprócz kulinarnych potyczek Primerba Cup, na tegorocznych targach znaleźć można było atrakcje nie tylko dla profesjonalistów. Doradcy kulinarni firmy każdego dnia targów

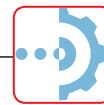
prezentowali tajniki przygotowywania dań kuchni świata. Na wspólnym stoisku siedmiu przedsiębiorstw branży rybnej przez cztery targowe dni trwały degustacje i pokazy kulinarne.

## Testy

### – dobra weryfikacja

Skala ocen od jednego do sześciu, od czterech do dziesięciu aspektów poddawanych ocenie w czterech kategoriach, ponad 40 produktów – tak przedstawiają się targowe Konsumenckie Testy Produktów. Cieszą się zawsze dużym zainteresowaniem producentów. Targowa publiczność, która stanowi doskonały przekrój grup konsumencjonalnych (właściciele małych i dużych sklepów, przedstawiciele sieci handlowych, hurtownicy, a i sami klienci końcowi), jest bardzo reprezentatywną grupą oceniającą. Testy te stanowią dobrą okazję do poddania ocenie potencjalnych klientów tych walorów produktu, których nie

*POLAGRA-FOOD i POLAGRA-TECH – to targi o wyraznym profilu Business to Business. Profesjonaliści stanowią 90% targowej publiczności. W większości są to osoby podejmujące w swoich firmach decyzje o zakupach: właściciele, prezesi, menedżerowie.*



sposób oddać w reklamie: smaku, aromatu, konsystencji. Pokazać mogą także, który z wariantów w linii produktów cieszy się największym zainteresowaniem i akceptacją, jaki wpływ na wybór konsumenta miał stosunek jakości do ceny i czy uwagę kupującego przyciągnęło opakowanie.

## Z najlepszych winnic

Zainteresowanie dobrymi, markowymi alkoholami w Polsce rośnie. Na sklepowych półkach pojawia się coraz więcej trunków. Coraz tłoczniej jest także na przestrzeni Salonu Win i Alkoholów na POLAGRZE-FOOD, dlatego warto wcześniej zaplanować swój udział w 2008 roku. Ten salon to dobre miejsce do efektywnej promocji. Prezentu-

ją się tu producenci, importerzy i dystrybutorzy. Na targach, w specjalnych salkach degustacyjnych wyposażonych w profesjonalny serwis kieliszkowy i lodowce, promować można trunki ze wszystkich stron świata. W tym roku oferta przedstawiała się imponująco. – *Nie znamy jeszcze polskiego rynku, ale jego potencjał wydaje się zachęcający, więc go badamy* – deklarował przedstawiciel portugalskiego stowarzyszenia Vinhos do Alentejo. Właśnie firmy portugalskie i hiszpańskie stawily się najliczniej. Restauratorzy, właściciele piwnic winiarskich, sommelierzy i po prostu miłośnicy wina kosztowali także produktów z winnic francuskich, niemieckich, a także alkoholowych specjalności Grecji, Chorwacji, Mołdawii i Gruzji. – *Tradycja upraw winorośli i wyrobu win*



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-TECH 2007

*w Gruzji i Mołdawii liczy siedem tysięcy lat* – przypomina Hanna Skrzypczak, dyrektor targów POLAGRA-FOOD. – *Współczesny marketing targowy potrafi przekuć doświadczenie pokoleń w prawdziwy rynkowy sukces.*

## Specjalizacja w technice

Postęp techniczny stymuluje rynek, a sukces jest związany ze specjalizacją. POLAGRA-TECH została podzielona zarówno tematycznie, jak i organizacyjnie na 5 specjalistycznych salonach. Cztery z nich odbywają się w cyklu dwuletnim. W 2008 roku odbędzie się Salon Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego, Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mleczarskiego, Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego. Salo-

ny specjalistyczne zapowiadają się bardzo ciekawie. Rynek wyrobów spożywczych intensywnie się rozwija, jednocześnie wymuszając wysoką jakość produktu – to implikuje dla wielu firm konieczność unowocześnienia parku maszynowego. Targi POLAGRA-TECH stanowią najlepszy przegląd nowości rynkowych.

W 2009 roku odbędzie się Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mięsnego, Salon Urządzeń Chłodniczych, Klimatyzacyjnych i Grzewczych, Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego oraz Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego BAKEPOL. Na POLAGRZE-TECH warto być. Już tegoroczne, premierowe targi przedstawiały się imponująco. – *Wśród 500 wystawców swoją obecność mocno zaakcentowali liderzy branży* – podsumowała Joanna Jasińska, dyrektor projektu POLAGRA-TECH. >>>



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-FOOD 2007

## Konkurs promocją

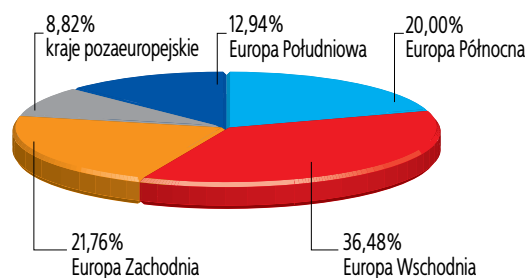


**Piotr Łabuziński**, koordynator konkursu Primerba Cup  
Unilever Foodsolutions

**Finał konkursu odbywa się na POLAGRZE-FOOD, poprzedzają go eliminacje regionalne. Primerba Cup to naprawdę duże przedsięwzięcie. Skąd jego idea?** Firma Unilever Foodsolutions dąży do tego, aby być najlepszym dostawcą rozwiązań dla gastronomii – konkurs Primerba Cup jest jednym ze środków, które mogą przybliżyć nas do tego celu. Bazę do tworzenia receptur dań konkursowych tworzy nasz produkt, Primerba KNORR. Ze względu na swoją funkcjonalność i jakość cieszy się dużym uznaniem wśród naszych klientów – szefów kuchni. Konkurs stanowi idealną okazję, by kreować za jego pomocą naprawdę oryginalne dania, a także rozwijać swój zawodowy kunszt podczas przygotowań do zawodów.

Nasi doradcy kulinarni, odwiedzając na co dzień swoich klientów, zachęcali ich do wzięcia udziału w eliminacjach regionalnych. Z nadesłanych przepisów wybrano 49 najlepszych. I tak krok po kroku wyłoniliśmy osiem osób, które wystartowały w finale na targach POLAGRA-FOOD. Laureat konkursu weźmie udział w przyszłorocznym finale Kulinarne Pucharu Polski, co świadczy o prestiżu Primerby Cup wśród ogólnopolskich konkursów gastronomicznych.

## Zwiedzający z zagranicy na targach POLAGRA-TECH 2007



## POLAGRA-TECH

nastrzykiwarka 117 (inteligentna) – Metalbud Sp. z o.o., Rawa Mazowiecka • maszyna taśmowa Multivac B400 – Multivac Sepp Haggenmüller GmbH & Co.KG., Niemcy (zgłaszający: Multivac Sp. z o.o., Natalin)

## FARMA

**W kategorii maszyny i urządzenia:** wóz paszowy QUALIMIX + PRO 150 – Lucas.G, Francja (zgłaszający: Dozagro Radosław Rybacki, Odolanów • klatka do hodowli kur niosek „EURO 2012” – Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo Handlowe Rojalex Jolanta Rolnicka, Machowa • urządzenie ultrasonograficzne WED 3000 – Shenzhen Well. D. Electronics Co.Ltd, Chiny (zgłaszający: Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne-Chemiczne Profarm Sp. z o.o., Warszawa) • wóz paszowy samozaładowczy samojezdny VSL 16 – R.M.H.Lachish Industries Ltd., Izrael (zgłaszający: P.P.H.U. „A-LIMA-BIS” Sp. z o.o., Środa Wlkp • robot udojowy DeLaval VMS – DeLaval Sp. z o.o., Wrocław • **W kategorii preparaty chemiczne:** preparat owadobójczy w aerozolu DETMOL flex – Frowein GmbH, Co. KG Niemcy (zgłaszający: Agro-Trade Sp. z o.o., Poznań) • **W kategorii nawozy:** nawozy mineralne PENTAKEEP®, Cosmo – Seiva Agriculture Co., Ltd, Japonia (zgłaszający: Agroniwa Sp. z o.o., Świdnik) • **W kategorii odmiany roślin uprawnych:** ogórek gruntowy SREMIANIN F1 – Spółnia HINO Sp. z o.o., Nochowo • fasola szparagowa MUZA – Spółnia HINO Sp. z o.o., Nochowo • cebula odmiana MAJKA – PlantiCo Zielonki Hodowla i Nasiennictwo Ogrodnicze Sp. z o.o., Zielonki • cebula ALIBABA – PlantiCo Hodowla i Nasiennictwo Ogrodnicze Gołębiew Sp. z o.o., Gołębiew Nowy, PlantiCo Hodowla i Nasiennictwo Ogrodnicze Gołębiew Sp. z o.o., Zakład Hodowli i Nasiennictwa Ogrodniczego Strugi • fasola zwykła karłowa zielonostrakowa SYRENKA – Krakowska Hodowla i Nasiennictwo Ogrodnicze Polan Sp. z o.o., Kraków • czosnek ozimy HARNAS – Krakowska Hodowla i Nasiennictwo Ogrodnicze Polan Sp. z o.o., Kraków • pszenżyto ozime odmiana GREENADO – Danko Hodowla Roślin Sp. z o.o., Choryń • tulin złoty TAPER – Poznańska Hodowla Roślin Sp. z o.o., Tulec

## POLEKO

czyszcziwo tekstylne wielokrotnego użytku MEWATEX – Mewa Textil-Service AG & Co. Management OHG, Niemcy (zgłaszający: MEWA Textil-Service Sp. z o.o., Sosnowiec) • detektor nieszczelności instalacji gazowych LD 100 – Alter S.A., Tarnowo Podgórne • szkoła nawozowa, Vitro-FosMaK – Instytut Szkła, Ceramiki, Materiałów Ogniotrwałych i Budowlanych w Warszawie Oddział Szkoła w Krakowie, Kraków • brykietciarka BIOMASSER DUO – Asket Roman Długi, Poznań • urządzenie odpylające UD-1000/\*\*/\*\*\*\* – Przedsiębiorstwo Wielobranżowe WIROMAG Sp. z o.o., Dobre Miasto (zgłaszający: Centrum Mechanizacji Górnictwa Komag Jednostka Badawczo-Rozwojowa, Gliwice • bębnowa kompostownia osadu ACU – Preseco OY, Finlandia (zgłaszający: Telko Poland Sp. z o.o., Warszawa) • internetowy serwis pogodowy IMGW- pogodynka.pl – Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej, Warszawa • preparat chemiczny TREEE 200 SL do zwalczania gąsienic szrotówka kasztanowcowiaczka w liściach kasztanowca białego – Zakład Produkcyjno-Usługowo-Handlowy Best-Pest sp.j., Jaworzno • przepustnica centryczna EURODISC – AFT Sp. z o.o., Poznań • przydomowa oczyszczalnia ścieków PLUTO – BioKube Ltd, Dania • biologiczna myjnia części PC 100 BIO – Alfred Kärcher GmbH & Co.KG, Niemcy, (zgłaszający: Kärcher Sp. z o.o., Kraków)

## INVEST-HOTEL

średniozmineralizowana naturalna woda mineralna Staropolanka gazowana w opakowaniu 0,30 l szklanym zwrótnym – Zespół Uzdrawisk Kłodzkiej S.A., Polanica Zdrój



## Dodatki do żywności

### – prawdy i mity

Od trzech lat targom przemysłu spożywczego towarzyszy Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności – w tym roku po raz pierwszy już jako impreza międzynarodowa. – *Dodatki do żywności w obrocie rynkowym wymagają wszechstronnej wymiany doświadczeń i oczekiwań między ich producentami i użytkownikami. Tej potrzebie odpowiada formuła wydzielonego salonu – „targi dla biznesu”, która stwarza optymalne warunki, aby czas trwania imprezy targowej wykorzystać na owocne merytoryczne kontakty pomiędzy wytwórcami i odbiorcami tych produktów* – podsumowuje Wojciech Hoffmann, prezes Polskiej Izby Dodatków do Żywności, będącej współorganizatorem Salonu.

W promocji takich wyrobów zaangażowane jest Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W tym roku już po raz drugi na targach pucharem ministra wyróżniono „Dodatek Przyjazny Konsumentowi”.

Wśród zwiedzających Salon Dodatków do Żywności są właściciele przedsiębiorstw, przedstawiciele kadry zarządzającej i technolodzy produkcji zakładów przemysłu spożywczego – wystawców targów POLAGRA-FOOD, sąsiadujących z Salonem.

## Opakowania

### do żywności

Kompleks targów dla przemysłu spożywczego uzupełniany jest ekspozycją producentów opakowań do żywności. Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD, które pojawiły się w tym roku po raz pierwszy, będą się odbywać co dwa lata – na przemian z edycjami Międzynarodowego Salonu Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK.

Pierwsza edycja targów PAKFOOD okazała się strzałem w dziesiątkę: przez cztery dni swoją ofertę zaprezentowało



PAKFOOD zorganizowaliśmy, wychodząc naprzeciw życzeniom wielu wystawców: przedstawicieli przedsiębiorstw, zakładów produkcyjnych i firm handlowych branży spożywczej. Od producentów opakowań do żywności zleceniodawcy wymagają nieustającej innowacyjności i otwartości na nowoczesne technologie, ta część branży opakowaniowej chce więc mieć możliwość prezentacji swoich osiągnięć na targach.

**JANUSZ MAZURCZAK**  
dyrektor projektu PAKFOOD

niemal 200 wystawców z 18 krajów. Ekspozycja zajęta powierzchnią 6500 m<sup>2</sup>. Udział w targach wzięły firmy oferujące maszyny do pakowania, maszyny do produkcji opakowań oraz producenci różnorodnych opakowań. Byli również przedstawiciele firm projektujących opakowania i robiących różnego rodzaju nadruki. Nie zabrakło reprezentacji instytucji związanych z opakownictwem oraz prasy branżowej.

Wystawcy i zwiedzający pozytywnie przyjęli formułę specjalnych targów opakowań dla przemysłu spożywczego. – *Jesteśmy od lat wystawcą poznańskich targów opakowań, mamy więc dobre porównanie. PAKFOOD jest bardziej kameralny od TAROPAKU, a to przekłada się na jakość spotkań z klientami na stoisku* – podsumowuje Tadeusz C. Stępień, dyrektor generalny Coffee Service. – *Targi odwiedzały prawie wyłącznie osoby związane z branżą spożywczą, czyli przedstawiciele naszej grupy docelowej, gdyż około 70 do 80% naszych produk-*

*ów skierowanych jest właśnie do tej branży spożywczej. Były to nie tylko osoby, które przyjechały do Poznania wyłącznie w charakterze zwiedzających, ale także wystawcy odbywających się równoległe targów produktów i technologii spożywczych POLAGRA-FOOD i POLAGRA-TECH. To wszystko zaowocowało udanymi kontaktami. Z kilkoma firmami, z którymi rozmawialiśmy na targach, udało nam się już sfinalizować transakcje, z kolejnymi jesteśmy w trakcie uzgadniania szczegółów.*

## Dzień Opakowań

W czasie targów PAKFOOD miał swoją premierę Dzień Opakowań. Prezes Polskiej Izby Opakowań Stanisław Tkaczyk tak wyjaśnia idee tego dnia: *Akcja edukacyjna, popularyzująca wiedzę o opakowaniach w społeczeństwie, w którą oprócz samych producentów zaangażowałyby się także media, wydaje nam się bardzo potrzebna. Chcemy, by impulsem do takiej akcji był Dzień Opakowań.*



Fot. Serwis prasowy MTP, PAKFOOD 2007

*Uczestnicy Sztaplar Cup, czyli rozgrywanego na targach ogólnopolskiego konkursu dla operatorów wózków widłowych, trenowali w trudnych warunkach, przy deszczowej aurze. W dniu samego konkursu pogoda dopisała. Główne trofeum rozgrywek przypadło zespołowi firmy Hartwig.*



Regulamin finału dziewiątej edycji konkursu Wielkopolski Kucharz Roku był bardzo rygorystyczny: siedem porcji konkursowego dania przygotowane w ciągu tylko jednej godziny i trzy wyznaczone składniki potraw. Do walki o miano najlepszego w regionie stanęło dziesięciu kucharzy.



W Międzynarodowych Eliminacjach do Pucharu Świata w Piekarstwie Coupe Louis Lesaffre dla krajów Europy Centralnej na POLAGRZE-FOOD 2007 wzięły udział trzysobowe ekipy z Polski, Węgier, Słowacji i Czech. W ocenie międzynarodowego jury zwyciężyła polska ekipa i to ona stanie do walki o Puchar Świata 2008 podczas targów EUROPAIN w Paryżu.



Zachwył targowej publiczności i fotoreporterów budziły efekty prac uczestników Mistrzostw Polski Cukierników w kategorii „Desery”. O miejsca na podium walczyli reprezentanci najlepszych polskich hoteli, restauracji i cukierni.



Drugi finał konkursu kulinarnego Primerba Cup, przygotowywany został przez Unilever Foodsolutions. Wielonarodowe jury, któremu przewodził Kurt Scheller, wsparł swoją wiedzą ambasador Instytutu Paul Bocuse'a w Polsce – Constant Michel Labarre.



Fot. Serwis prasowy MTP, FARMA 2007

Oferta Międzynarodowych Targów Poznańskich dla rolnictwa jest bardzo bogata. Sezon zaczyna się tutaj już w lutym prezentacją maszyn i urządzeń rolniczych oraz środków transportu w rolnictwie na Międzynarodowych Targach Mechanizacji Rolnictwa Polagra-PREMIERY. Hasło targów: „Na dobry początek” symbolizuje nie tylko dobry początek roku kalendarzowego, ale także początek udanego sezonu dla polskiego rolnictwa.

Kwiecień to dobra pora, by pomyśleć o ogródach i ogródkach przydomowych. Na Targach Ogrodniczych GARDENIA można zapoznać się z ofertą producentów i dystrybutorów materiału roślinnego oraz maszyn, narzędzi i sprzętu ogrodniczego.

W miesiącach letnich MTP zapraszają na imprezy „wyjazdowe” – w lipcu do Opola-Bierkowiec i w sierpniu do Wilkowic, gdzie prezentowane są na żywo – podczas pracy na polu, najnowsze maszyny i urządzenia stosowane do codziennej pracy w rolnictwie.

Sezon kończą Międzynarodowe Targi Hodowli i Rozwoju Obszarów Wiejskich FARMA. To nowa propozycja MTP, która pojawiła się w miejsce odbywających się jesienią targów Polagra-Farm. Towarzyszą im Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych oraz Krajowa Wystawa Ogrodnicza.

## TARGI ROLNICZE

# zgodnie z kalendarzem upraw i hodowli



Fot. Serwis prasowy MTP, FARMA 2007

Gośćmi targów FARMA 2007 byli premier RP Jarosław Kaczyński oraz wicepremier, minister finansów Zyta Gilowska, a także minister rolnictwa i rozwoju wsi Wojciech Mojzesowicz, pod którego patronatem odbywały się targi. Goście zwiedzili m.in., zorganizowaną przez Instytut Zootechniki, Wystawę Ras Rodzimych oraz wzięli udział we wspólnej konferencji prasowej.

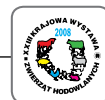
## Otwarcie na wysokim szczeblu

Rolnictwo jest kluczową gałęzią każdej gospodarki. Nic więc dziwnego, że związany z nim targami interesują się politycy. Co roku wizytują je przedstawiciele władz. *Tu widać postęp, który następuje*

w polskim rolnictwie – tak ocenił targi FARMA gość specjalny – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Wojciech Mojzesowicz, który otwierał tegoroczną edycję targów, dodając, iż to dla niego duży zaszczyt, że jako rolnik i jako minister rolnictwa może brać udział w tym wielkim święcie polskich rolników i hodowców.

## Różnorodnie, ale czytelnie

Targi FARMA podzielone są na cztery główne bloki tematyczne: hodowlę, ogrodnictwo (warzywnictwo i sadownictwo), leśnictwo oraz rozwój obszarów wiejskich. Towarzyszą im odbywające się zawsze w tym samym czasie dwie bardzo ważne wystawy: Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych oraz Krajowa Wystawa Ogrodnicza. Czytelny podział ekspozycji ułatwia zwiedzanie. Jak mówili napotkani na tegorocznych tar-



gach Jan Szczygieł, hodowca z województwa zielonogórskiego łatwo znaleźć to, co mnie naprawdę interesuje. Przyjechałem tu głównie po to, by obejrzeć nowe rasy krów mlecznych, ponieważ chciałbym odmłodzić swoje stado. Nie miałem problemu, by je znaleźć. Jeżeli czas mi pozwoli, obejdę jeszcze inne pawilony, ale najważniejsze, że nie traciłem czasu na szukanie tego, co dla mnie najważniejsze. Na targach FARMA, gdyby nie wyraźne oznakowanie i przejrzysty podział, można by się łatwo pogubić – wystawy z reguły zajmują prawie wszystkie pawilony. W tym roku ze swoją ofertą przybyło ponad 1100 firm i hodowców z 16 krajów, którzy specjalnie na targi przygotowali kilkadziesiąt nowości rynkowych. Wśród nowych produktów prezentowanych na targach znaleźć można nawozy i substancje zwiększające plony, środki ochrony roślin i substancje zwalczające szkodniki, urządzenia i narzędzia mechanizujące prace w polu i w gospodarstwie rolnym, najnowsze odmiany roślin. Producenci owoców, warzyw i grzybów mogą zapoznać się tutaj z nowościami przedsiębiorstw oferujących rozwiązania z zakresu logistyki, przechowania i opakowań. Specjalne oznaczenie tych produktów na stoiskach zwraca większą uwagę targowych gości, a tym, którzy szukają wyrobów na podstawie katalogu nowości, który ukazuje się jeszcze przed targami oraz dołączony jest do katalogu wystawców, ułatwia znalezienie konkretnego eksponatu.

## Zwierzęta duże i te najmniejsze

Ryk krów, rżenie koni, pianie kogutów – dla uczestników targów FARMA nie ma w tym nic dziwnego. Tak zwracają na siebie uwagę „eksponaty” Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych – najważniejszej i największej ekspozycji osiągnięć hodowców. Udział w niej daje wszystkim zainteresowanym możliwość prezentacji

i zdobycia fachowej wiedzy z zakresu m.in. hodowli i pielęgnacji zwierząt. Hodowcy mogą poddać fachowej ocenie najbardziej wartościowe zwierzęta. Największym sukcesem jest otrzymanie tytułu czempiona.

## Zagrożone wyginieciem

W Polsce utrzymywanych jest 87 bardzo cennych rodzimych starych ras zwierząt gospodarskich i ryb o dużej różnorodności genetycznej. Zmniejszanie się w ostatnich latach liczebności niektórych z nich powoduje, iż zagrożone są one wyginieciem. Aby temu zapobiec, najcenniejsze rasy objęte są programami ochrony zasobów genetycznych. Podejmowane są również działania restytucji ras uznanych już za wymarłe. Chcąc zainteresować nimi hodowców, Instytut Zootechniki – Państwowy Instytut Badawczy organizuje corocznie Wystawę Ras Rodzimych. Prezentowane zwierzęta podlegają ocenie zgodnie z regulaminem oceny zwierząt ras rodzimych oraz nagradzania hodowców, zatwierdzonym przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Łącznie przyznano w tym roku 16 tytułów czempiona i tyle samo wiceczempiona oraz 107 złotych medali i 35 srebrnych.



**FARMA**

Polskie rolnictwo jest na coraz wyższym poziomie. Między innymi dzięki dotacjom unijnym, rolników stać na zakup urządzeń i rozwój gospodarstw, a co za tym idzie poprawę jakości wyrobów. Rozwój i postęp, jakie nastąpiły w rolnictwie po wejściu Polski do Unii Europejskiej, najlepiej można zaobserwować podczas Targów FARMA oraz towarzyszącej jej Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych.

**JOANNA GREWLING-KORASIAK**  
dyrektor targów FARMA

Stoisko informacyjne Instytutu Zootechniki – PIB było często odwiedzane zarówno przez przedstawicieli resortu rolnictwa, instytucji związanych z hodowlą i chowem zwierząt, ośrodków doradztwa rolniczego, jak również przez rolników i producentów zainteresowanych utrzymaniem tych ras zwierząt. Wielu rolników interesowało się możliwością zakupu zwierząt oraz szczegółowymi warunkami prowadzenia ich hodowli i uczestnictwa w programach ochrony. Wystawę odwiedziła delegacja rządowa na czele z premierem Jarosławem Kaczyńskim, wicepremierem Zytą Gilowską i ministrem rolnictwa i rozwoju wsi Wojciechem Mojzesowiczem.

## Zagraniczni hodowcy

FARMA to dobra okazja do poznania oferty zagranicznych hodowców. Na XXII Krajowej Wystawie Zwierząt Hodowlanych ekspozycje narodowe miały Francja i Wielka Brytania, była też ekspozycja niemiecka i belgijska. Organizatorzy wystąpienia brytyjskiego podkreślali fakt, że Polska będąc najważniejszym rynkiem w Unii Europejskiej dla hodowli bydła mięsnego i mlecznego, jak również znaczącym rynkiem dla genetyki trzody chlewnej, staje się także coraz ważniejszym partnerem Zjednoczonego Królestwa w zakresie genetyki. Prezentując polskim



Fot. Serwis prasowy MTP, FARMA 2007

W tym roku 51 wystawców Wystawy Ras Rodzimych zaprezentowało łącznie 147 zwierząt i 30 stadek drobiu, a wśród nich rodzime rasy krów, świń, owiec, kur, gęsi, kaczek, królików i szynszyli. Pokazano również klacze konika polskiego i huculskie że brebietami, lisy pospolite pastelowe, tchórze, ul z pszczołami środkowoeuropejskimi linii Asta oraz gęsi białe kołudzkie.



## acanthus aureus

### Najciekawsze stoiska

Międzynarodowe Targi Poznańskie wyróżniają godłem Acanthus Aureus stoiska, które przy niebanalnych rozwiązaniach architektonicznych sprzyjają bezpośredniej komunikacji z klientami i doskonale oddają strategię marketingową firmy. Na targach odbywających się w czwartym kwartale 2007 r. wyróżnienie to otrzymały następujące firmy.

#### POLAGRA-FOOD

Polski Koncern Mięsy Duda SA, Warszawa  
 • Polmlek Sp. z o.o., Warszawa, Polmlek Olsztyn Sp. z o.o., Polmlek Raciąż Sp. z o.o., Cream Sp. z o.o., Katowice • Conceito Brazil, Brazylia  
 • Nodzucker Polska SA, Opalenica • Rolmlecz Rolnicza Spółdzielnia Mleczarska, Radom • Agencja Rynku Rolnego OIT w Poznaniu

#### POLAGRA-TECH

Multivac Sp. z o.o., Natalin • Bizerba Polska Sp. z o.o., Lublin • Despol Sp. z o.o., Warszawa  
 • Promar Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe Sp. z o.o., Łomianki • Urschel International Polska Sp. z o.o., Góra Kalwaria • PHU Iglotech Sp.j., L. Bystrzycki, R. Ostrowski, Kwidzyn • Danfoss Sp. z o.o., Grodzisk Mazowiecki • Grundfos Pompy Sp. z o.o., Baranowo

#### PAKFOOD

Przedsiębiorstwo Multi Sp. z o.o., Opole • Vetro-pack Moravia Glass A.S., Republika Czeska • Masterpress Sp. z o.o. w Olsztynie, Oddział w Białymstoku, Białystok



*Krajowej Wystawie Ogrodniczej towarzyszy tradycyjnie Kiermasz Handlowy, na którym można zaopatrzyć się w atrakcyjne, wysokiej jakości odmiany roślin po konkurencyjnych cenach, materiał szkółkarski owocowy i ozdobny, sprzęt ogrodniczy a także materiały florystyczne.*

>>>

hodowcom swoje najlepsze rasy bydła, owiec i trzody chlewnej, brytyjscy wystawcy chcieli zaoferować polskim hodowcom nowe możliwości konkurencyjnej produkcji wysokiej jakości zwierząt hodowlanych.

Nie po raz pierwszy Francja przedstawiała swoją ofertę w ramach wystawy specjalnej. Reprezentowane były firmy zajmujące się genetyką, rozrodem, hodowlą zwierząt (bydło, konie), wyposażeniem stanowisk dla zwierząt oraz wyposażeniem do budynków gospodarskich (ogrzewanie, klimatyzacja), żywieniem zwierząt i produkcją pasz oraz agroturystyką.

### Nowości dla ogrodników

Kwiaty cięte, doniczkowe, rabatowe i balkonowe, materiał szkółkarski, podłoża i nawozy

ogrodnicze, owoce, warzywa, nasiona oraz grzyby uprawne – taka jest oferta Krajowej Wystawy Ogrodniczej. Jest ona zaliczana do największych i najbardziej prestiżowych ekspozycji ogrodniczych w Polsce.

Co roku sprowadza do Poznania imponującą liczbę wystawców z kraju i zagranicy. Na rangę Wystawy wpływa także fakt udziału w niej tak znamienitych instytucji naukowych, jak Akademia Rolnicza im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu czy Instytut Sadownictwa i Kwiaciarstwa w Skierniewicach. Najważniejsze osiągnięcia w produkcji i hodowli są nagradzane.

Atrakcyjna oferta, oryginalna aranżacja pawilonu oraz prezentowane piękno darów natury przyciągają tysiące zwiedzających, którzy mogą zapoznać się z nowymi odmianami roślin, poznać nowatorskie technologie stosowane w ogrodnictwie oraz najnowsze osiągnięcia produkcji roślinnej. Charakter Krajowej Wystawy Ogrodniczej powoduje, że obecnie tu jest prawdziwą przyciągaczką nie tylko dla ogrodników profesjonalistów. I warto zaplanować już dziś obecność w 2008 roku.

### Atrakcje z polskich regionów

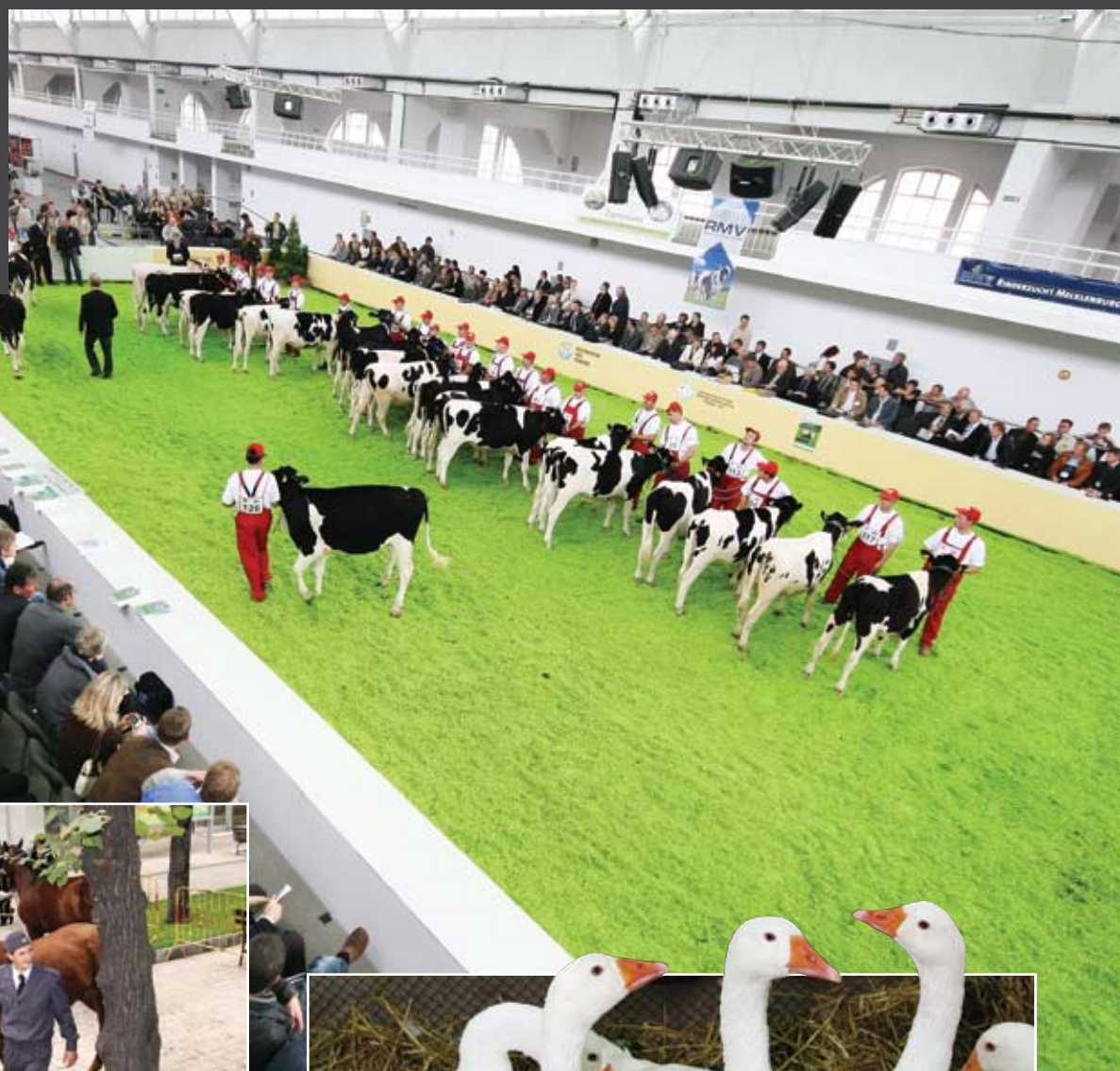
Któż nie docenia smaku tradycyjnych polskich potraw? Świeży chleb pieczony w specjalnym piecu chlebowym posmarowany domowym smalcem lub z dodatkiem kruchej szynki, kiełbasy czy też kaszanka, wyrabianych zgodnie z dawnymi recepturami, domowe pierogi, nalewki i regionalne piwo oraz wino, miody z własnych pasiek, przetwory owocowo-warzywne wykonywane w warunkach domowych – tych i wielu innych smakofyków można było spróbować w Pawilonie Regionów. Wielokrotnie słychać było komentarze: „Taką szynkę pamiętam z dzieciństwa” lub „Tylko moja babcia robiła takie powidła śliwkowe”. Atmosfera festynu ludowego służy promocji małej przedsiębiorczości, inicjatyw lokalnych społeczności, walorów krajobrazowych, turystycznych, spuścizny kulturowej, folkloru i produktów regional-

>>>



*Blisko 100 producentów, sprzedawców i dystrybutorów wzięło udział w XXIX Krajowej Wystawie Ogrodniczej. Złotymi Medalami Krajowej Wystawy Ogrodniczej nagrodzono najważniejsze osiągnięcia w produkcji i hodowli, a najlepsze aranżacje otoczeniowymi statuetkami – łącznie przyznano 18 medali i 10 statuetek.*

Imponująca była liczba prezentowanych krów – ponad 170 sztuk bydła mlecznego, w tym 88 krów i 86 jałowic oraz 95 sztuk zwierząt ras mięsnych, w tym: krowy z cielętami, jałowice cielne i buhaje.



78 wystawców pokazało 120 koni, w tym konie czystej krwi arabskiej, rasy trakeńskiej oraz kuce szetlandzkie. Ich pokazy uatrakcyjniały targi, poddane one zostały również regulaminowej ocenie.



W tym roku Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych zajęła aż 8 pawilonów, a także część terenu otwartego, czyli 6800 m<sup>2</sup>. Uczestniczyło w niej blisko 450 hodowców z kraju i z zagranicy, którzy zaprezentowali 2100 najlepszych okazów zwierząt niemal wszystkich ras.



Można było podziwiać rozmaite rasy owiec, kóz, zwierząt futerkowych (króliki, nutrie, szynszyle), stada reprodukcyjne i towarowe kur nieśnych i mięsnych, indyków, kaczek, gęsi, a nawet strusi, sporo było gołębi, a także tych najmniejszych zwierząt, czyli pszczół.



Wśród nietypowych ekspozycji Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych była wystawa żab zielonych, ryb słodkowodnych, a także ślimaków.

## FARMA

Spółki Hodowlane Agencji Nieruchomości Rolnych, Tulce • Kwazar Corporation Sp. z o.o., Jaktorów • Przedsiębiorstwo Farmaceutyczno-Chemiczne Profarm Sp. z o.o., Warszawa • Interyeast Sp. z o.o., Krośnice

## TOUR SALON

Turystyka-Wspólna Sprawa, Warszawa • Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok • Urząd Miasta Poznania • Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna, Poznań • Wielkopolska Organizacja Turystyczna, Poznań • Związek Międzygminny Puszcza Zielonka, Murowana Goślina • Nowa Itaka Sp. z o.o., Opole • Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, Toruń • Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Szczecin

## INVEST HOTEL

www Hercules Trading SA, Poznań • Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe Krak Andrzej Rakowski, Poznań • grupa wystawców: Hotel Form Design sp. z o.o., Fabryka Dywanów Agnella SA, Meblotap SA, Centrum Tapet Obiektowych, Aniro sp. z o.o.

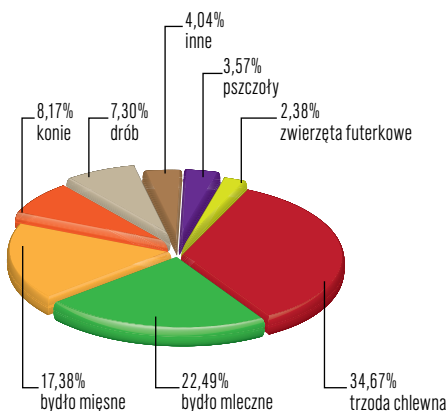
## POLEKO

Ministerstwo Środowiska, Warszawa • Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Warszawa • Fire-Max Sp. z o.o., Warszawa • Bank Ochrony Środowiska S.A. • Sekretariat Programu „Odpowiedzialność i Troska” wraz z grupą realizatorów: Anwil S.A., Basell Orlen Polyolefins Sp. z o.o., Branżowa Organizacja Odzysku S.A., PCC Rokita S.A., Zakłady Azotowe Puławy S.A., Zakłady Chemiczne Police S.A. • Sita Polska Sp. z o.o., Warszawa • Fundacja Ekofundusz, Warszawa • Ochsner Sp. z o.o., Kraków • Strabag Sp. z o.o., Kraków • Sutco-Polska Sp. z o.o., Katowice • Prote Technologie dla Środowiska Sp. z o.o., Poznań • Hach Lange Sp. z o.o., Wrocław • Remondis Sp. z o.o., Warszawa • Venture Industries Sp. z o.o. Kiełpin k/ Warszawy • Sarpi Dąbrowa Górnicza Sp. z o.o., Dąbrowa Górnicza • John Deere Polska Sp. z o.o., Jelonek k/Poznań

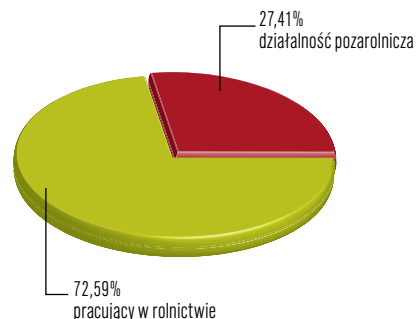
## Targowi goście

**Spośród 40 tysięcy zwiedzających targi FARMA i XXII Krajową Wystawę Zwierząt Hodowlanych w 2007 r. ponad 72% pracuje w rolnictwie. Zagraniczni goście przybyli na targi z 21 krajów: Australii, Austrii, Belgii, Czech, Estonii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Kanady, Kuwejtu, Litwy, Łotwy, Mołdawii, Niemiec, Rosji, Słowacji, Szwecji, Ukrainy, USA, Wielkiej Brytanii i Włoch. Akredytowało się 345 dziennikarzy z kraju i zagranicy, przede wszystkim związanych z branżą rolniczą.**

JAKĄ DZIAŁALNOŚĆ PROWADZĄ HODOWCY BĘDĄCY GOŚCIMI TARGÓW?



CZYM ZAJMUJĄ SIĘ ZWIEDZAJĄCY TARGI FARMA



>>>

nych. Jak powiedziała Dorota Goetz z Fundacji Partnerstwo Ducha Gór, reprezentującej mieszkańców wsi z terenu gmin Mysłakowice, Janowice Wielkie i Podgórzyn *Stawiamy na promocję kreatywnego myślenia, zdobywania nowych umiejętności, szukania nowych pomysłów na życie i wspólnej pracy na rzecz rozwoju regionu. Chcemy pobudzić mieszkańców wsi do większej aktywności gospodarczej i społecznej, dlatego bierzemy udział w targach FARMA.*

W 2007 r. swoje oferty zaprezentowały powiaty i gminy z całej Polski, ośrodki doradztwa rolniczego i gospodarstwa agroturystyczne, a także wystawcy pokazujący produkty lokalne. Można było poznać ofertę 300 wystawców prezentujących rękodzieło artystyczne i rodzime wyroby spożywcze. Najlepsze wyroby lokalne i regionalne zostały nagrodzone przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego „Perłami” w konkursie „Nasze Kulinarne Dziedzictwo”.

## Co słycać u leśników?

Lasy w Polsce rosną na 9 mln ha, czyli pokrywają ponad 28 proc. powierzchni kraju. Zdecydowana większość to lasy państwowe, z czego ponad 7,5 mln ha jest zarządzane przez Państwowe Gospodarstwo Leśne „Lasy Państwowe”. To wielkie narode bogactwo, o które należy dbać. Trudno o lepszą okazję do przedyskutowania najbardziej aktualnych tematów związanych z lasami i leśnictwem niż jesienne targi rolnicze. W 2008 roku już po raz piąty przedstawiciele służb leśnych w strukturach Lasów Państwowych, wspólnot leśnych, starostw powiatowych, przedsiębiorcy leśni, naukowcy, prywatni właściciele lasów oraz po prostu miłośnicy lasu spotkają się na Forum Leśnym, odbywającym się pod hasłem Człowiek – Las – Drewno. W tym roku przewodnim tematem były szkody powodowane przez zwierzęcą w lasach i na polach. ■



Fot. Serwis prasowy MTP, FARMA 2007

*Forum Leśne to jedno z wielu specjalistycznych spotkań, które odbywają się podczas targów FARMA. Każdego rolnika interesuje na pewno temat dopłat do rolnictwa, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na kolejne lata, biopaliwa czy coraz modniejsza i coraz bardziej rozwijana również w Polsce agroturystyka. To tylko kilka tematów spośród bardzo bogatego programu seminariów i konferencji, które odbywały się codziennie podczas targów.*



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

TOUR SALON to największe spotkanie branży turystycznej w Polsce. Co roku bierze w nim udział kilkuset wystawców z całego świata. Rosnąca wciąż ekspozycja dzielona jest na spójne tematycznie przestrzenie. Odzwierciedlają one kierunki rozwoju turystyki. W 2008 roku TOUR SALON będzie, jak zwykle, miejscem czytelnego prezentacji nowości. Przykładowo w 2007 r. nowymi sektorami były: Boat Expo i Extreme. Gościnnie na TOUR SALONIE pojawili się także wystawcy targów FIT EXPO, prezentujący sprzęt dla ośrodków rekreacyjnych i SPA. I nie był to koniec nowinek.

## TARGI TURYSTYCZNE zgodnie z trendami



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

TOUR SALON 2007 odwiedziło prawie 25 000 osób, z czego 10 000 profesjonalistów podczas dwóch pierwszych dni branżowych.

### Dla profesjonalistów, ale nie tylko

Liczba zwiedzających poznawskie targi turystyczne z roku na rok rośnie. Przybywa zwłaszcza profesjonalistów – zawodowo związanych z branżą. Dla części wystawców to oni właśnie są kluczowymi klientami. Na wzrost liczby zwiedzających

ma niewątpliwie wpływ organizowanie warsztatów BUY POLAND oraz fakt, iż przez cały rok organizatorzy utrzymują ścisły kontakt z branżą. TOUR SALON ma dwie odstony – przez pierwsze dwa dni trwają targi dla profesjonalistów, zamknięte dla szerokiej publiczności, przez kolejne dwa – do targowych pawilonów wkracza atmosfera prawdziwego festynu.

### Nowocześnie

Koncepcję sprzedaży atrakcji turystycznych regionu – jego walorów krajobrazowych, historii z nim związanych oraz dostępnej bazy turystycznej – jako unikatowego produktu, ze spójnym przekazem marketingowym, coraz częściej przyjmują zarówno regionalne organizacje turystyczne, jak i właściciele lokalnych przedsiębiorstw turystycznych, hoteli i pensjonatów. – *Krótko mówiąc, równamy do zachodnioeuropejskich standardów* – podsumowuje Beata Jabłońska, dyrektor pałacu w Sannikach, wystawca na TOUR SALONIE 2007. – *Tam turysta prowadzony jest niemal za rękę, niezależnie od miejsca, w którym rozpocznie podróż czy będzie to lokalne biuro informacji turystycznej, czy hotel, w którym się zatrzymał. Chcemy, by tak właśnie działał nasz produkt* – Mazowsze

*Chopina, ze swoimi materiałami informacyjnymi i logo używanym przez restauracje, pensjonaty, zabytkowe miejsca – będący gwarancją jakości usług.*

### Biznes i turystyka

Konferencje, kongresy, podróże w interesach, podróże motywacyjne, na targi i wystawy, a więc turystyka biznesowa, postrzegana jest na świecie jako najbardziej dochodowa część działalności turystycznej. Podobne spojrzenie widać już wyraźnie także w Polsce. To wyjątkowa szansa rozwoju dla przedsiębiorstw turystycznych i bardzo lukratywny rynek, wymagający jednak doskonałej, profesjonalnej oferty. Od dwóch lat na targach TOUR SALON pojawia się ekspozycja pod logo Turystyka Biznesowa. Tu prezentują się przedstawiciele branży MICE, zainteresowani dotarciem ze >>>

>>>

swoją ofertą do profesjonalnej publiczności – kierowników działów HR i PR, firm i agencji marketingowych zajmujących się organizacją eventów.

W tym roku turystyka biznesowa należała do najważniejszych zagadnień targów – z tego kręgu zaczerpnięty został temat targowego seminarium przewodniego „Incentive Tra-



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

vels – podróże motywacyjne”. Wziął w nim udział m.in. Tasso Pappas, światowej sławy specjalista, były prezydent SITE – Society of Incentive & Travel Executives.

## BUY POLAND

Produkt, sprzedający, kupujący i nowoczesny matchmaking. Czy to dobry przepis na prezentację polskiej oferty turystycznej na międzynarodowym forum? Popularność towarzyszących targom od dwóch lat warsztatów BUY POLAND dowodzi, że tak. Jego formuła to aranżowane spotkania biznesowe polskich sprzedawców usług turystycznych z zagranicznymi touroperatorami (tzw. hosted buyers), zainteresowanymi organizacją turystyki przyjazdowej do Polski. Dobór partnerów poprzedza wcześniejsza analiza ofert i potrzeb zgłaszanych przez strony zainteresowane bezpośrednimi spotkaniami. W tym roku wzięło w nich udział ponad 100 zagranicznych kupujących, a wśród nich członkowie American Tourism Society – prestiżowej amerykańskiej organizacji turystycznej, zrzeszającej touroperatorów organizujących wyjazdy z Ameryki Północnej do krajów Nowej Europy oraz Bliskiego Wschodu, a także biura turystyki przyjazdowej oraz narodowe i regionalne organizacje turystyczne tych krajów. Po stronie sprzedających polskie usługi turystyczne również pojawiło się blisko 100 firm.



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

## Podróże dla urody

SPA i wellness jako trendy turystyczne pojawiły się stosunkowo niedawno i przebojem zdobyły rynek. Moda na zdrowie i urodę sprawiła, że sale fitness i urzędzenia rekreacyjne wkraczają do hoteli i pensjonatów. Nic więc dziwnego, że ekspozycja WySPA Zdrowia na stałe wpisała się w formułę targów TOUR SALON. Na tej przestrzeni swoje oferty prezentują uzdrowiska, sanatoria, hotele i ośrodki SPA oraz wellness. – *Wbrew pozorom to nie jest łatwy rynek* – komentuje Marcin Zajączkowski, dyrektor

marketingu grupy hotelowej Villa Park. – *Podstawą sukcesu jest marka o nienagannej opinii. A żeby ją wypromować, trzeba i czasu, i pomysłowości. Właśnie do promocji wizerunku wykorzystujemy targi.*

Wystawcy podkreślają także rosnące wymagania klientów, oznaczające konieczność ciągłego podwyższania standardu świadczonych usług i wyposażenia. – *Wymagający klienci bardzo zwracają uwagę na ofertę dodatkowych usług w miejscach, w których zamierzają wypoczywać* – potwierdza Julianna Michalak, menedżer targów FIT-EXPO. – *Dzięki tegorocznej nowości – wystawie pro-*

## Wspólne zadania i wspólne korzyści

„Turystyka – wspólna sprawa” jest pierwszym w Polsce tak szeroko zakrojonym projektem szkoleń i doradztwa dla branży turystycznej – dla przedsiębiorców, samorządów lokalnych i organizacji wspierających rozwój turystyki. Organizowany w ramach projektu konkurs na najlepsze regionalne produkty turystyczne miał swój finał na targach TOUR-SALON 2007.



**Robert Kaszlewicz**, dyrektor ds. promocji spółki Migut Media – członka konsorcjum realizującego projekt

**Ten program ma promować w Polsce nowoczesne podejście do turystyki. Nowoczesne – czyli jakie?**

Słowem-kluczem jest tu produkt. Profesjonalnie przygotowany produkt turystyczny i jego spójna, przemyślana promocja. Produkt turystyczny to zaś wspólne przedsięwzięcie wielu podmiotów – przedsiębiorców, samorządów, lokalnych społeczności, regionalnych organizacji. Chcieliśmy pokazać, że takie spojrzenie na turystykę przynosi wymierne korzyści

wszystkim zaangażowanym stronom, nie mówiąc już o korzyściach dla rozwoju całego regionu.

**I chyba się udało?**

Jesteśmy rzeczywiście zadowoleni. Do konkursu „Turystyka – wspólna sprawa” zostało zgłoszonych ponad 500 produktów. Stworzyły je grupy partnerskie, które zawiązały się właśnie po to, aby tworzyć nowe produkty i korzystać z promocji oferowanej w ramach projektu „Turystyka – wspólna sprawa”. Była to więc wielka mobilizacja. Niektóre grupy formalizują dziś swoją działalność, zawiązując się porozumienia ponadregionalne. Najważniejszą z nagród w konkursie – stoisko na targach TOUR-SALON – dała każdej z 16 zwyciężskich grup okazję do prezentacji wspólnego dzieła.

**Skąd pomysł na taką właśnie nagrodę?**

Podpowiedziała nam go idea samego konkursu. Przygotowanie targowego wystąpienia było wyzwaniem wymagającym zaangażowania wszystkich członków grupy, a więc okazją do jej dalszej integracji. Przede wszystkim zaś dawało doskonałą szansę promocji produktu na profesjonalnym forum. Pozostałe nagrody – promocja w mediach branżowych i regionalnych, tytuł laureata konkursu, o którego reklamę troszczymy się my, jako organizatorzy – również miały dać do ręki narzędzia, o których wykorzystanie grupy muszą zadbać już same. To podejście się sprawdziło; trzymamy kciuki, by było tak dalej.

Targi TOUR SALON w 2007 r. okazały się o ponad 40% większe niż rok wcześniej. Stoiska wystawiennicze zajęły powierzchnię 9000 m<sup>2</sup>. Na targach zaprezentowało się blisko 800 wystawców (o ponad 100 więcej niż w roku 2006), z czego 200 przedstawicieli zagranicy z 38 krajów świata. Wśród przepięknych i barwnych stoisk znaleźć można było m.in. Indie, Indonezję, Kostarykę, Republikę Południowej Afryki, Turcję, Brazylię, Wenezuelę, Peru, Syrię i Finlandię oraz oczywiście tradycyjnie wszystkie polskie regiony, których przedstawiciele promowali najpiękniejsze ich zakątki i atrakcje, częstując gości przysmakami regionalnych kuchni.



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

### Boat Expo – po raz pierwszy!

Testowanie sprzętu nurkowego w basenie w hali targowej było jedną z największych atrakcji dla miłośników turystyki wodnej, ale nie jedyną. Było też co podziwiać: jachty, łodzie i kajaki, akcesoria do nurkowania, sprzęt windsurfingowy, odzież żeglarska pokazane zostały na TOUR SALONIE po raz pierwszy w ramach wydzielonej ekspozycji. Organizatorzy szkoleń i wypraw żeglarskich przygotowali ofertę dla firm szukających pomysłów na organizację wyjazdów integracyjnych.

fesjonalnego sprzętu fitnessowo-rekreacyjnego FIT-EXPO – przedstawiciele takich ośrodków mają okazję do obejrzenia na targach ciekawych rozwiązań, które mogą wykorzystać u siebie.

## Niestandardowo i ekstremalnie

Początek turystyce ekstremalnej dały niebanalne pomysły niespokojnych duchem turystów, uzależnionych od skoków adrenaliny. Dziś to bardzo dynamiczny segment polskiej branży wypoczynkowej. Niestandardowe formy wyjazdów coraz częściej wkraczają także na teren turystyki biznesowej. Z myślą o producentach i dystrybutorach sprzętu i wyposażenia sportowego, a także organizatorach wypraw ekstremalnych – dla turystów indywidualnych

i firm – powstała na TOUR SALONIE ekspozycja specjalna Extreme dająca przedsmak niezwykłych wypraw. W targowej hali kusyły przygotowane przez wystawców ścianki wspinaczkowe, mosty linowe, strzelnice, rodeo i paintball. – W tej branży najważniejsza jest oryginalność. W codziennej działalności na pewno, a na targach przede wszystkim – mówi Maciej Bilski, manager firmy Surf Time. – Tu trzeba w małej pigułce pokazać to, co ma się najlepszego, a czego nie mają inni. I pamiętać przy tym, do kogo kieruje się przekaz. My, chcąc wejść na rynek eventów firmowych, musimy stworzyć przede wszystkim wizerunek firmy profesjonalnej, takiej, która potrafi zaoferować wydarzenie dostosowane precyzyjnie do celów działu HR. Takich klientów jest na TOUR SALONIE bardzo wielu, dwa dni dla profesjonalistów, to więc dla nas czas dużej mobilizacji.



Zgodnie z zamiłowaniem i gustami turystów zmienia się oferta gestorów baz, tour operatorów, a regiony wzbogacają swoje tereny w coraz to nowe produkty i atrakcje turystyczne. My jako organizatorzy targów jesteśmy po to, aby reagować elastycznie na zmiany i umożliwić wystawcom zaprezentowanie swojej oferty na targach TOUR SALON.

**MAGDALENA HALICKA-GOŁĘBIOWSKA**  
dyrektor targów TOUR SALON

## Jubileuszowy TOUR FILM

Ten unikatowy w skali kraju festiwal towarzyszy TOUR SALONOWI już od 10 lat. Prezentowane w jego ramach filmy, spoty reklamowe i prezentacje multimedialne ukazują w niekonwencjonalny sposób piękno i walory turystyczne krajów i regionów. Do konkursu podczas

dziesiątej, jubileuszowej, edycji festiwalu zgłoszonych zostało około 50 filmów i prezentacji – między innymi z RPA, Madery, Czarnogóry, Teneryfy i Lizbony. Po raz pierwszy w historii festiwalu jury oprócz nagród w poszczególnych kategoriach przyznało trofeum Grand Prix. Przypadło ono w udziale filmowi „Łódź – miasto kultury”.

>>>



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

**Kierowcy na start!** Po raz pierwszy na targach i po raz pierwszy w Polsce. Mistrzostwa Polski Kierowców Autobusów podczas targów TOUR SALON były absolutną nowością. Kierowcy walczyli i na torze precyzyjnej jazdy, i podczas testów teoretycznych. Była to także doskonała okazja do żywej, nieszablonej prezentacji najnowszych osiągnięć techniki wykorzystywanej w konstrukcji autobusów i ich wyposażenia. Firmy przewoźne i biura podróży dysponujące własną flotą autokarów zaprezentowały się z rozmachem również w ramach tradycyjnej ekspozycji.



Powierzchnia ekspozycji targów INVEST-HOTEL w 2007 roku przekroczyła już 2500 m<sup>2</sup>, zaprezentowało się tu ponad 120 wystawców. Wśród nich nie zabrakło liderów rynku.

Zdjęcia: Serwis prasowy MTP, INVEST HOTEL 2007



Specjalnie dla inwestorów – tych, którzy już prowadzą budowę lub modernizację, i tych, którzy ją dopiero planują, w programie targów pojawiła się konferencja Buduj Hotel. Uzupełnia ją punkt doradztwa inwestycyjnego, w którym skorzystać można było z bezpłatnych porad ekspertów. Pomysłodawcą obu projektów jest Instytut Rynku Hotelarskiego.

## »» Inwestycje na pierwszym planie

W Nowej Europie jest tylko kilka procent zasobów światowej bazy hotelowej. W Europie Zachodniej – kilkadziesiąt. Dy-

stans ten się jednak zmniejsza – Nowa Europa dogania zachodnioeuropejskie standardy w tempie dwóch procent rocznie. Dobrą koniunkturę branży widać na targach. INVEST-HOTEL rozwija się jednak nie tylko za sprawą rosnącej ekspozycji i coraz lic-

niejszego grona wystawców. Coraz bogatszy jest także program wydarzeń – przede wszystkim tych umożliwiających dostęp do eksperckiej wiedzy z różnych dziedzin, przydatnej zwłaszcza na etapie rozpoczynania nowych inwestycji.

tapety i drobiazgi do wystroju wnętrz. Dodajmy – z każdej półki cenowej. Najszybciej przybywa w Polsce hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych, jednak oferta prezentowana na targach daje przekrój wszystkich kategorii obiektów.

– *Staramy się pokazać na targach wycinek z każdego segmentu naszej oferty: dla hotelu trzy-, cztero- i pięciogwiazdkowego* – mówi Łukasz Stelmaszyk, prezes zarządu Swarzędz Meble SA. – *Po załamaniu się koniunktury przed kilkoma laty sporo inwestorów wycofało się z branży. Dziś pojawia się wielu nowych, a im nasza oferta nie jest dobrze znana. Dla nich właśnie targi są miejscem wstępnej orientacji na rynku dostawców wyposażenia.* Ważnym źródłem przychodów dla właścicieli bazy pobytowej

## Hotel od A do Z

Przede wszystkim wyposażenie pokoi i innych pomieszczeń hotelowych – meble, wykładziny, wyposażenie łazienek i oświetlenie, ale nie tylko. Właściciele hoteli i pensjonatów mogą znaleźć na targach praktycznie każdy element potrzebny do tego, by budynek mógł przerodzić się w bazę noclegową. Począwszy od profesjonalnych systemów rezerwacji i kontroli dostępu po tkaniny,



**INVEST HOTEL**

*Staramy się spełniać oczekiwania wszystkich uczestników targów. Naszą ambicją jest przygotowanie profesjonalnego wydarzenia. Dynamiczny rozkwit branży hotelarskiej sprzyja rozwojowi naszych targów. Z roku na rok gościemy coraz więcej profesjonalnych zwiedzających. Hotelarzy przyciąga na targi boom na inwestycje, który widzimy dziś w tej branży. Po zapoznaniu się z tak kompleksową ekspozycją, inwestorom na pewno nie zabraknie pomysłów na własny biznes.*

**JÓZEF SZYSZKA**  
dyrektor targów INVEST-HOTEL



Wirtuozerskie popisy barmanów podczas Gastro Invest Flair Competition przyciągają tłumy. Dla profesjonalistów to doskonała okazja, by połączyć przyjemne z pożytecznym, czyli skosztować nowości w świecie drinków i przenieść pomysły do własnej restauracji.



Pomysłów na hotelowe menu, nietypowych smaków, które trudno spotkać w tradycyjnych restauracjach, szukać można co roku w karczmach targowego Festiwalu Kuchni Regionalnych. W tym roku szczególnym powodzeniem cieszyła się tawerna grecka, prowadzona osobiście przez Theofilosa Vafidisa, członka Kapituły Klubu Szefów Kuchni, znanego z licznych programów kulinarnych.



jest dziś także gastronomia. Na targach INVEST-HOTEL nie brakuje więc wyposażenia zaplecza gastronomicznego. Wystawcy prezentują nie tylko sprzęt i wyposażenie kuchni, ale także najnowsze wzory zastaw stołowych, dekoracji, produkty spożywcze dla gastronomii i środki czystości.

## Jak inwestować z głową

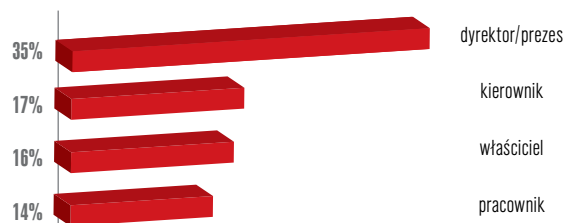
Czy to zupełnie nowe przedsięwzięcie, czy modernizacja istniejących obiektów, inwestycje w hotelarstwie wymagają znacznej wiedzy i wyczucia rynku. Wiedzę taką z całą pewnością można znaleźć na targach. Co roku odbywa się tu konferencja Invest-Hotel,

poświęcona rozwojowi polskiej branży hotelarskiej w Polsce. Wykłady prowadzą praktycy zajmujący się wdrażaniem w życie najnowszych technologii i nowatorskich rozwiązań. W tym roku w centrum uwagi znalazły się m.in. zagadnienia związane z projektowaniem hotelowych SPA i obowiązującymi standardami funkcjonowania recepcji hotelowych. Jakże są obecnie możliwości finansowania inwestycji, między innymi z funduszy Unii Europejskiej, oraz podwyższania kwalifikacji kadry, można się było dowiedzieć, podczas tradycyjnie towarzyszącego targom Forum Hotel Market. Jedną z sesji tegorocznego forum poświęcono była gorącemu tematowi podatków i opłat w turystyce i hotelarstwie planowanych na 2008 rok. ■

## Kto odwiedza TOUR SALON?

- osoby decyzyjne (właściciele, prezesi, menedżerowie): hoteli, pensjonatów; uzdrowisk, sanatoriów, ośrodków SPA i wellness; ośrodków wypoczynkowych i konferencyjnych
- kierownicy działów PR i HR
- przedstawiciele największych firm w Polsce
- organizatorzy eventów i wyjazdów typu incentive
- przewoźnicy i przewodnicy
- agencje marketingowe zajmujące się organizacją eventów dla firm
- producenci i dystrybutorzy produktów i usług dla hotelarstwa, ośrodków wypoczynkowych, SPA i wellness
- klienci indywidualni

TOUR SALON ODWIEDZAJĄ GŁÓWNIEMO OSOBY DECYZYJNE





Fot. Serwis prasowy MTP, POLEKO 2007

## TARGI EKOLOGICZNE wspólne korzyści

Rosnące znaczenie ochrony środowiska w Polsce i na świecie powoduje, że targi poświęcone tej branży budzą bardzo duże zainteresowanie. Dostęp bowiem do nowoczesnych technologii ochrony środowiska ma dziś kluczowe znaczenie dla zrównoważonego rozwoju gospodarki. POLEKO to największe targi ekologiczne w Polsce i Nowej Europie. W 2008 roku odbędą się po raz dwudziesty. Kolejne edycje POLEKO potwierdzają coraz istotniejszą rolę jaką targi te pełnią. Bogata międzynarodowa oferta wystawców, w tym roku blisko 1000 uczestników z 21 krajów, przyciąga tłumy zwiedzających niemal z całego świata – targi odwiedziło ponad 23 000 osób z 32 krajów i 4 kontynentów.

### Ekotargowanie

Polska jest w trakcie wdrażania unijnych norm dotyczących ochrony środowiska. Przed nami lata zielonych inwestycji. Do 2013 roku na inwestycje środowiskowe ze środków unijnych będziemy mogli wydać 12,5 mld euro. Na Międzynarodowych Targach Ochrony Środowiska POLEKO w 2008 r., przedsiębiorcy i samorządowcy będą mogli dowiedzieć się, jakie inwestycje są konieczne, aby sprostać unijnym przepisom w zakresie ochrony środo-

wiska, jak starać się o pieniądze z Brukseli, co powinien zawierać prawidłowy wniosek i do kogo go skierować. Na czas targów Poznań stanie się forum wiedzy o najnowszych technologiach i kierunkach rozwoju ochrony środowiska, a także miejscem do nawiązywania kontaktów z najlepszymi w branży. POLEKO to przecież najważniejsze w Polsce i Nowej Europie wydarzenie dla wszystkich osób związanych zawodowo z ekologią. Miejsce, gdzie w ciągu czterech dni spotyka się kilkadziesiąt tysięcy fachowców. Typowe targi „business-to-business”,

a zatem odwiedzane przede wszystkim przez inżynierów, projektantów i właścicieli firm wykonawczych. 70% publiczności POLEKO stanowią „ludzie z branży”.

### Unikatowa formuła

POLEKO to wydarzenie marketingowe, wzbogacone o wiele dodatkowych wartości dla wystawcy i zwiedzających, to więcej niż klasyczna, statyczna forma prezentacji oferty. Zdaniem Anny Janowskiej, dyrektor biura Weima Maschinenbau

w Polsce – *targi to przede wszystkim najlepszy moment i doskonale okoliczności, by pokazać wszystkie możliwości i funkcjonalność prezentowanego sprzętu. Znajdujemy tu po pierwsze dobrą, fachową publiczność dla naszych pokazów, a po drugie przestrzeń, która w żaden sposób nas nie ogranicza.* Targi POLEKO obfitują w liczne formalne i nieformalne spotkania biznesowe osób zajmujących się ochroną środowiska oraz przedstawicieli biznesu i samorządów. Ekspozycję POLEKO tworzy 7 sektorów: woda i ścieki; odpady i recykling; utrzymanie czystości i porządk-



ku; energia odnawialna; powietrze, hałas i wibracje; aparatura kontrolno-pomiarowa oraz edukacja ekologiczna. Targi dodatkowo wzbogacają ekspozycje specjalne – Salony: Czystej Energii, Recyklingu, Nauki dla Środowiska oraz Salon Aparatury Kontrolno-Pomiarowej. Każdemu z sektorów towarzyszą liczne konferencje i inne atrakcyjne wydarzenia. W 2008 r. po raz pierwszy równoległe z targami POLEKO odbędą się Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej KOMTECHNIKA, które wyrosły z Parku Techniki Komunalnej.

## Wspólna Europa – wspólne problemy

Jak bardzo ekologia jest problemem międzynarodowym – doskonale widać właśnie na targach. Różne kraje, różne problemy i jeden wyraźnie zdefinio-

tronatem agencji lub instytucji rządowych poszczególnych krajów, to już wieloletnia tradycja POLEKO.

Ta forma wystąpień targowych cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem ze strony kontrahentów ze wschodu i zachodu Europy. Intensyfikacji międzynarodowej współpracy biznesowej w dziedzinie ochrony środowiska służą spotkania o charakterze matchmakingowym, podczas których polskie i zagraniczne firmy i ośrodki naukowo-badawcze mają okazję, by znaleźć partnerów do realizacji wspólnych projektów.

Ale odpowiedzialność za ekologię nie spoczywa wyłącznie na centralnych władzach państwowych. Szczególną rolę pełnią samorządy lokalne i podmioty gospodarcze. To właśnie dla ich przedstawicieli organizowany jest Międzynarodowy Zjazd Ekologiczny. Wydarzenie to od wielu lat jest największą i niewątpliwie wiodącą imprezą

środowiska. Obradom Zjazdu towarzyszy szereg imprez równoległych, których tematyka skierowana jest do zróżnicowanych grup odbiorców związanych z ochroną środowiska.

## Dobry czas dla zielonej energii

W czasach, kiedy globalne ocieplenie jest odczuwalne na całym świecie, pytanie, z jakiej energii będziemy korzystać w niedalekiej przyszłości jest podstawowe dla ochrony klimatu i powstrzymania efektu cieplarnianego. Ochrona

środowiska i inwestowanie w nowe technologie wiąże się z ogromnymi nakładami finansowymi, dlatego bardzo istotną kwestią jest dofinansowywanie sektora energii odnawialnej. EKOFUNDUSZ przeznaczą 25% swoich środków czyli rocznie kilkadziesiąt milionów złotych w formie dotacji, na kotły na biomasę, kolektory słoneczne, energię wiatrową oraz energię wodną. Energia atomowa, odnawialne źródła energii oraz możliwości oszczędzania energii pozyskiwanej z tradycyjnych źródeł – to zagadnienia, które od lat obecne są na Salonie Czystej Energii. Specjalnie wydzielona ekspozycja sektora energetycznego skierowana jest do wszystkich, którzy interesują się ekologią i czystą energią, czyli energią odnawialną w każdej postaci.

Tegoroczna ekspozycja Salonu Czystej Energii zajęła powierzchnię 1725 m<sup>2</sup>. W salonie wzięło udział 105 firm. Duże zainteresowanie ekologią nie powinno dziwić. W marcu 2007 r. kraje członkowskie Unii Europejskiej przyjęły plan działań integrujący politykę klimatyczną i energetyczną Wspólnoty. Stąd też obecność na POLEKO największych firm i instytucji państwowych związanych z tym sektorem gospo-



Fot. Serwis prasowy MTP, POLEKO 2007

Dziewiętnasta edycja targów POLEKO, która odbyła się w Poznaniu w 2007 r., okazała się pod wieloma względami rekordowa. Wzięło w niej udział blisko 1000 wystawców z 21 państw.

wany cel – ochrona środowiska. Aby Ziemi nie zatruć do końca, potrzebna jest wspólna akcja rządów największych państw. I w tej dziedzinie MTP odpowiedziały na potrzeby rynku.

Wspólne narodowe ekspozycje firm związanych z ochroną środowiska, organizowane pod pa-

ekologiczną w Polsce, w której uczestniczy każdego roku blisko 500 przedstawicieli administracji państwowej, władz samorządowych, sektora usług komunalnych, polskich i zagranicznych przedsiębiorstw oraz innych instytucji i organizacji działających na rzecz ochrony



Nasi klienci stawiają wysokie wymagania. To dobrze. My również pragniemy, aby POLEKO kojarzyło się z najwyższą jakością. Konsultacje z branżą pozwoliły nam wypracować czytelną formułę odpowiadającą jej potrzebom. Stąd podział ekspozycji na sektory tematyczne i nasza nowa propozycja dla przedstawicieli sektora usług komunalnych. W 2008 roku równoległe z POLEKO odbędą się Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej KOMTECHNIKA, gdzie prezentowane będą maszyny, urządzenia i pojazdy do utrzymania dróg, ulic i placów, sprzątanina i wywozu nieczystości, utrzymania miejskich terenów zielonych i rekreacyjnych, a także dla komunikacji miejskiej oraz utrzymania innych obiektów komunalnych.

AGATA DUTKA, dyrektor targów POLEKO



Fot. Serwis prasowy MTP, POLEKO 2007

Zdjęcia: Serwis prasowy MTP, POLEKO 2007



Saksonia już po raz drugi prezentowała na targach POLEKO swój region. Jednym z elementów wystąpienia były referaty, w których mówiono między innymi o aktualnych zadaniach i perspektywach regionalnej gospodarki odpadami i gospodarki cyrkulacyjnej. Tematami wystąpienia były również kwestie prawne oraz innowacyjne technologie i międzynarodowa współpraca regionalna.



Duże zainteresowanie zwiedzających targi POLEKO wzbudzają zagadnienia gospodarki odpadami (43%) oraz recyklingu (37%). Jest to wyraźnie widoczne na Salonie Recyklingu – specjalnej ekspozycji poświęconej zagadnieniom odzysku i recyklingu odpadów. W 2007 na powierzchni ponad 2100 m<sup>2</sup> ponad 100 firm z Polski i zagranicy zaprezentowało technologie i urządzenia do odzysku i przetwarzania odpadów.



Najsilniejszy człowiek na świecie Mariusz Pudzianowski był na targach POLEKO gościem firmy KOMUNAL PARTNER wystawcy Parku Techniki Komunalnej. Mistrz Polski, Europy i Świata z 2007 roku rozdawał autografy i prowadził konkursy dla publiczności. Zwiedzający między innymi mieli możliwość zmierzyć się z najpopularniejszym polskim siłaczem w bezpośredniej rywalizacji.

»»»

darki oraz przedsiębiorstw zajmujących się najnowszymi rozwiązaniami – dostawców usług, technologii i urządzeń ochrony środowiska oraz dostawców rozwiązań w dziedzinie energii odnawialnej. Zdaniem Joanny Radziwińskiej z firmy Stiebel Eltron-Polska – *ekologiczne rozwiązania energetyczne zyskują coraz bardziej na popularności, ale wciąż potrzebują promocji i wsparcia działaniami edukacyjnymi. Szczegółowe techniczne pompy ciepła, kolektorów słonecznych czy wreszcie kombajny grzewczo-wentylacyjnego znane są instalatorom i*

*projektantom, ale o ich funkcjonalności muszą być przekonani sami użytkownicy. A tych spotykamy właśnie na targach.*

## Recykling w Polsce Czy dogonimy Europę?

Statystyczny Polak produkuje co roku ponad 300 kg śmieci. To cena, jaką musimy zapłacić za rozwój cywilizacyjny. Co robić, by wkrótce nie przysypały nas góry odpadów, a ulice naszych miast nie tonęły

w śmieciach? To pytanie nurtuje wielu przedstawicieli samorządów lokalnych, którzy ponoszą odpowiedzialność za gospodarkę odpadami. Na szczęście w Polsce rośnie zainteresowanie selektywną zbiórką, recyklingiem i odzyskiem odpadów opakowaniowych. Potwierdzają to informacje o malejących ilościach odpadów opakowaniowych na składowiskach. Wzrasta również liczba nowych instalacji do odzysku i recyklingu odpadów. Tendencje te są widoczne również na POLEKO. Liczba wystawców i zwiedza-

jących sektor Odpady z roku na rok wzrasta. Nie tylko bezpośrednio na stoiskach, ale również na licznych seminariach i konferencjach, profesjonalści z tej branży dyskutują o wszystkim, co dotyczy transportu i składowania odpadów, ich zbiórki i segregacji, o rekultywacji terenów zdegradowanych czy urządzeniach do utrzymania czystości ulic, budynków i pomieszczeń, a nawet o sprzęcie do pielęgnacji zieleni. Tradycyjnie dopełnieniem ekspozycji jest Forum Recyklingu – cykl prelekcji organizowanych dla przedstawicieli



Czym skorupka za młodu nasiąknie... czyli Wszechnica Odnawialnej Energii i Biomasy – specjalne seminaria dla młodzieży szkolnej i studentów na POLEKO. Wyjątkowo przystępny program Wszechnicy dostarcza słuchaczom wiedzy o najważniejszym źródle energii odnawialnej w Polsce, jakim jest biomasa. Eliminując z rynku surowców energetycznych część paliw kopalnych, agroenergetyka znacząco przyczynia się do zmniejszenia ilości odpadów stałych oraz emisji zanieczyszczeń do atmosfery.



Największą atrakcją dla profesjonalistów zwiedzających targi są liczne nowości prezentowane na stoiskach. Targi to bowiem doskonała okazja do zapoznania się z najnowszymi produktami i technologiami, które wprowadzane są na polski rynek. Aż 62,9% zwiedzających jako główny powód wizyty na targach podaje zapoznanie się z nowościami w branży. Aby ułatwić dotarcie do nowości stoiska, na których eksponowane są nowe produkty, wyróżniane są specjalnym znakiem, a każdy zwiedzający otrzymuje specjalnie wydany przewodnik.

zakładów przemysłowych, które zobowiązane są do wprowadzania inwestycji związanych z przepisami odpadowymi, firm związanych z branżą recyklingu oraz przedstawicieli samorządów i zakładów komunalnych odpowiedzialnych za tę tematykę.

## Edukacja przy stoisku

To, czego szukają na targach zwiedzający, to w dużej mie-

rze wiedza i doświadczenia innych. Dostęp do wiadomości o najnowszych zdobyciach techniki, osiągnięciach nauki, nowych technologiach, programach wspierających rozwój branży stanowi niekwestionowany atut POLEKO. Średnio podczas targów odbywa się 50 specjalistycznych spotkań, konferencji i pokazów. MTP nie zapominają również o edukacji najmłodszych. Ogólnopolskie Forum Edukacji Ekologicznej EKO MEDIA FORUM zorganizowano właśnie z myślą o tych, którzy w przyszłości przejmą obowiązki dbania od środowi-

ska. W bardzo żywej, multimedialnej formie przedstawiane są programy edukacyjne. Jest to też swoista giełda wymiany pomysłów pomiędzy ośrodkami edukacyjnymi.

## Przedsiębiorczość w parze z nauką

Seminaria i warsztaty szkoleniowe Salonu Nauka dla Środowiska przygotowują instytuty badawcze, placówki naukowe, firmy doradcze,

a nierzadko producenci sprzętu i urządzeń. Salon Nauka dla Środowiska to także wystawa przedstawiająca najnowsze wyniki badań w zakresie technologii ochrony środowiska. W ramach salonu swoją innowacyjną ofertę przedstawiają polskie instytuty naukowo-badawcze i jednostki badawczo-rozwojowe. Ich udział w targach jest dofinansowywany ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Jest to więc doskonałe miejsce wspierania transferu wyników badań od nauki do gospodarki. ■



## TARGI DLA PASJONATÓW biznes plus zabawa



Fot. Serwis prasowy MTP, HOBBY 2007

Wśród kilku tysięcy zwiedzających targi HOBBY są doświadczeni modelarze z całego kraju, przedstawiciele klubów i modelarni, a także osoby, które dopiero stawiają pierwsze kroki w tej dziedzinie. Salon jest także świetną propozycją dla całych rodzin na miłe spędzenie weekendu.

### Precyzja, która zachwyca

Samoloty, samochody, statki, kolejki – wszystko doskonale dopracowane, jak w rzeczywistości, tyle tylko, że w małym

formacie. Na Salonie Modelarstwa HOBBY jest co podziwiać – precyzję wykonania, sztukę odwzorowania szczegółów w skali mikro. Modele, makiety, figurki oraz akcesoria i narzędzia modelarskie stanowią barwny świat, atrakcyjny nie tylko dla dzieci i młodzieży. Mo-

delarstwo to hobby dla każdego i wiek nie ma tutaj znaczenia. Świadczy o tym publiczność, która z roku na rok jest coraz liczniejsza. Nic dziwnego, gdyż jak twierdzi Marek Hlebowicz, redaktor naczelny „Przeglądu Modelarskiego”, rynek modelarski w Polsce od czterech lat bardzo dynamicznie się rozwija. Jest to związane między innymi ze wzrostem zamożności społeczeństwa. Rozwija się on zresztą zgodnie z tendencjami światowymi. Największą popularnością cieszą się modele samochodowe (tym najbardziej interesują się dzieci i młodzież) oraz lotnicze (ich pasjonatami są raczej dorośli).

### Profesjoniści i hobbyści

Wystawcami Salonu HOBBY są producenci, firmy handlowe oraz specjalistyczne wydawnictwa z Polski i z zagranicy. Modele, materiały i akcesoria modelarskie znanych marek można nie tylko zobaczyć, ale

Międzynarodowe Targi Poznańskie zamykają rok imprezami adresowanymi do szerokiej publiczności: Salonem Modelarstwa HOBBY, POZNAŃ GAME ARENA oraz Festiwalem Przedmiotów Artystycznych. Ich podstawową rolę jest nawiązywanie bezpośredniego kontaktu z odbiorcą finalnym produktów prezentowanych na targach oraz kreowanie sposobów spędzania wolnego czasu. Poza poważnymi rozmowami biznesowymi, poszukiwaniem kontrahentów do stałej współpracy, wystawcy zwracają szczególną uwagę na dobrą zabawę i sprzedaż bezpośrednią. Tanie bilety wstępu, a nawet wstęp bezpłatny, jak w przypadku Festiwalu Przedmiotów Artystycznych, zachęcają całe rodziny do przyścia na targi, pooglądania i podjęcia decyzji co do zakupu.

także wypróbować, gdyż wiele firm przygotowuje specjalne pokazy. Można też kupić, często po atrakcyjnych, promocyjnych cenach.

W ostatniej edycji Salonu HOBBY swoje eksponaty wystawiało również ponad 50 klubów, modelarni, a także indywidualnych modelarzy i kolekcjonerów. Jak szacuje redaktor Marek Hlebowicz, w Polsce działa dziś około 500 modelarni i nadal ich przybywa. Dzięki temu być może w przyszłym roku do Poznania przyjedzie więcej modelarni i poznamy nowe twarze.



Fot. Serwis prasowy MTP, HOBBY 2007



HOBBY

*W Salonie HOBBY uczestniczą nie tylko producenci i handlowcy. Również pasjonaci modelarstwa mają szerokie możliwości prezentacji swoich osiągnięć.*

**BARBARA VOGT**  
dyrektor Salonu Modelarstwa HOBBY



Fot. Serwis prasowy MTP, HOBBY 2007

*Halowe Mistrzostwa Modeli Samochodów Sterowanych Radiem na stałe wpisały się w program salonu HOBBY.*

## Pokazy i zawody

A co gromadzi największą publiczność? Oczywiście pokazy i zawody. Zapierają często dech w piersiach, budzą emocje zarówno wśród uczestników jak i publiczności. W tym roku można było na przykład podziwiać pokazy samochodów oraz modeli latających i pływających, wziąć udział w zawodach w sterowaniu samochodami, pobawić się na torze kolejkowym. W zawodach modeli samochodów RC dla dzieci wzięło udział ponad 240 maluchów. Najwięcej osób kibicowało oczywiście, jak co roku, zawodnikom biorącym udział w eliminacjach do Halowych Mistrzostw Polski Modeli Samochodów Sterowanych Radiem i Mistrzostwach Polski Modeli Kolejowych. Te ostatnie organizowane są przez Polski Związek Modelarzy Kolejowych i Miłośników Kolei oraz redakcję miesięcznika „Świat Kolei”, które

od samego początku związane są z Salonem HOBBY. Nie dziwi to, skoro misją Związku jest popularyzacja modelarstwa kolejowego i wiedzy o kolejnictwie. Ryszard Pyssa, prezes Związku, zadowolony jest, że modelarstwem interesuje się coraz więcej młodych ludzi. To wspaniałe hobby i sposób na spędzenie wolnego czasu. Ma w planach włączenie do programu mistrzostw dzieci z młodszej grupy wiekowej. Zobaczmy w przyszłym roku, jak będą sobie radzić.

## Garść wiedzy

O rosnącej popularności modelarstwa świadczy też duże zainteresowanie prelekcjami zorganizowanym przez Polski Związek Modelarzy Kolejowych i Miłośników Kolei w ramach Akademii Modelarstwa. Słuchając wykładów, można było poznać metody waloryzacji modeli, podstawy sterowania cyfrowego oraz ideę makiet modułowych. Dzieci pod okiem instruktorów z wrocławskich



Fot. Serwis prasowy MTP, HOBBY 2007

## Komputery, świat fantazji i paintball

Wyjątkowym w swym charakterze wydarzeniem jest POZNAŃ GAME ARENA – Targi Multimedialnych i Rozrywki. Wśród targowej publiczności – fani gier komputerowych, towarzyskich i sportów ekstremalnych. Zgodnie z opinią Roberta Kowalskiego, szefa Serwisów Growych Onet.pl Grupa ITI – *Dzięki takim imprezom, jak PGA ludzie grający w grach nie pozostają dla siebie anonimowi, mogą się spotkać i zmierzyć w realnym świecie w czasie wirtualnej zabawy, dzieląc się wrażeniami i doznaniem z innymi uczestnikami.* To między innymi dlatego do Poznania ściągają co roku miłośnicy rozrywki z całej Polski. W tym roku przybyła ich rekordowa liczba – aż 17 000 osób!





Fot. Serwis prasowy MTP, PGA 2007



**PGA**

*Dla producentów i dystrybutorów, PGA jest okazją do prezentacji swoich najnowszych gier i osiągnięć technicznych, dla klubów i stowarzyszeń – do organizacji pokazów, konkursów i prelekcji, dla graczy – do udziału w konkursach, pokazach i turniejach z cennymi nagrodami, a dla amatorów – do startu w otwartych konkursach, zdobycia wiedzy i poszerzenia umiejętności.*

**RAFAŁ BŁACHOWSKI**, dyrektor PGA

## »» Trzy areny – trzy światy

W tym roku PGA została podzielona na trzy areny. Pierwsza z nich – Digital Arena, poświęcona została rozrywce multimedialnej, grom komputerowym, nowoczesnym technologiom i najnowszym produktom IT. Fantasy Arena dedykowana jest miłośnikom gier towarzyskich, karcianych, figurkowych, planszowych, szachów i brydża, a także fanom literatury fantasy. Trzecia to Paintball Arena, przeznaczona zarówno dla amatorów tego sportu, jak i profesjonalistów, którzy rozegrali w weekend finały dwóch największych ogólnopolskich lig paintballowych.

Na uczestników wszystkich trzech aren czekało sporo wrażeń, wiele fascynujących prezentacji i spotkań. Miłośnicy prozy Andrzeja Sapkowskiego z niecierpliwością czekali na pierwszy publiczny

pokaz gry komputerowej „Wiedźmin”, której premiera odbyła się niecały miesiąc wcześniej. Ci, którzy wolą gry karciane, również mieli swojego „Wiedźmina” opracowanego przez Kuźnię Gier. Mogli poznać zasady gry i sami spróbować swoich sił.

## Digital Arena – świat cyfrowej rozrywki

Duże wrażenie na zgromadzonej publiczności zrobiło wydarzenie PGA Freestyle Battle by AMD, w którym udział wzięli najlepsi polscy freestylerzy: Muflon, Pogo, Dollar czy Tetrus. Bardziej profesjonalna część zwiedzających z zainteresowaniem przyglądała się premierom najnowszych procesorów czterordzeniowych od AMD i Intela. Wydarzeniem bez precedensu podczas targów była bezpośrednia i internatywna prezentacja

ponad 50 gier komputerowych i konsolowych. W każdą z nich można było zagrać, odbywały się liczne turnieje i konkursy. Prestiżowe turnieje mieli także profesjonalści. W sumie organizatorzy wręczyli najlepszym w swoich dziedzinach blisko 50 000 złotych w gotówce – co jest absolutnym rekordem Polski.

## Paintball Arena – czysta adrenalina

Paintball Arena to ewenement na polską skalę, nie ma w Polsce drugiego wydarzenia tej miary. Jej profesjonalną organizację gwarantuje wsparcie ze strony firmy Fanatix – najlepszego organizatora turniejów paintballowych w Polsce. W tym roku do Poznania przyjechała elita polskiej sceny paintballowej, by



Fot. Serwis prasowy MTP, PGA 2007

wziąć udział w finałach dwóch ogólnopolskich lig PPLH (liga drużyn 3 osobowych) i PPXL (liga drużyn 5 osobowych). Poza możliwością obejrzenia mistrzów w akcji, każdy mógł sam próbować swoich sił na strzelnicy paintballowej oraz polu przeznaczonym specjalnie dla publiczności. Można też obejrzyć sprzęt paintballowy prezentowany tutaj przez producentów, a także kupić go po promocyjnych cenach.



Fot. Serwis prasowy MTP, PGA 2007

## Fantasy Arena – fantazja nie zna granic

Fantasy Arena to piękna kraina, w której królują wyobraźnia i inteligencja. Różnorodne gry karciane i figurkowe osadzone w świecie fantasy, przyprawione rozrywką intelektualną spod znaku szachów, brydża, a nawet popularnych warcabów. Wkraczając do Fantasy Arena można podejrzeć, jak grają mistrzowie, nauczyć się zasad gry, a także samemu spróbować swoich sił w turniejach dla amatorów. Są oczywiście pokazy premierowe. W tym roku po raz pierwszy w Polsce odbył się pokaz gry planszowej StarCraft, opartej na jednej z najpopularniejszych gier komputerowych ostatnich lat. Niemalą atrakcją był także turniej rycerski, w którym pod okiem doświadczonych członków poznańskiego bractwa rycerskiego każdy mógł stoczyć pojedynkę na miecze wykonane z elastycznego włókna węglowego i pianki.



Zdjęcia Serwis prasowy MTP  
Festiwal Przedmiotów Artystycznych 2007



Fot. Serwis prasowy MTP, PGA 2007

*Na Digital Arena największe emocje budziła pierwsza w Polsce wizyta wielokrotnego mistrza świata Jonathana „Fatality” Wendela, który dzięki wygranej w turniejach komputerowych zarobił już ponad pół miliona dolarów. Fatality przyjechał do Polski na specjalne zaproszenie firmy Creative.*

## Artystyczne zakupy

Grudzień to czas przedświątecznej gorączki. Wiele osób myśli o niestandardowych prezentach pod choinkę i dla nich Festiwal Przedmiotów Ar-

ro galerii, miejskich i gminnych ośrodków kultury, firm prowadzących sprzedaż przedmiotów artystycznych i dekoracyjnych oraz upominków. Na stoiskach galerii i ośrodków kultury prezentowane są zarówno prace znanych artystów, jak i tych, którzy dopiero starają się zaistnieć na rynku. W tym roku



Fot. Serwis prasowy MTP, Festiwal Przedmiotów Artystycznych 2007

tystycznych jest nieocenionym źródłem inspiracji. To dzięki coraz ciekawszej ofercie artystów wystawiających swoje prace i coraz większemu zainteresowaniu publiczności targi te z roku na rok rozrastają się. W Festiwalu oprócz indywidualnych artystów uczestniczy spo-

ciekawe prace prezentowały między innymi galerie: „Witryna w hotelu Edison”, „Izdebska – Łazorek” z ofertą artystów z Kazimierza Dolnego nad Wisłą, „Na placu” z dziełami twórców krakowskich, galeria Ventzi prezentująca obrazy znanego artysty Ventzislava Pirianko-



W 2007 r. Festiwal Przedmiotów Artystycznych odbył się już po raz czwarty i zgromadził ponad 450 artystów plastyków, artystów amatorów, rzemieślników, twórców ludowych z całej Polski.

Osoby, które mają zacięcie artystyczne, mogą sprawdzić swoje umiejętności.

Dla publiczności Festiwal Przedmiotów Artystycznych jest nie tylko okazją do obejrzenia i zakupu dzieł sztuki, to także doskonałe miejsce do nawiązania bezpośredniego kontaktu z twórcami, którzy chętnie opowiadają o swoich dziełach.





Fot. Serwis prasowy MTP, Festiwal Przedmiotów Artystycznych 2007



*Festiwal Przedmiotów Artystycznych jest miejscem bezpośredniego kontaktu artysty, jego dzieła i odbiorcy. Udział w nim daje szansę na zaistnienie na rynku komercyjnym, na zainteresowanie swoimi pracami tak indywidualnych odbiorców jak i przedstawicieli galerii.*

**ZOFIA STRYŻ**, dyrektor projektu,  
Festiwal Przedmiotów Artystycznych

>>>

va. Na stoisku Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki można było kupić między innymi rzeźby Sylwestra Ambroziaka, Romana Pietrzaka, Grzegorza Witka i fotografie znanej podróżniczki Elżbiety Dzikowskiej, a także Krzysztofa Pająka. Natomiast sztukę ludową promowała zarówno Cepelia, jak i twórcy indywidualni. Ciekawą poplenierową wystawę „Porążyn 2007” zaprezentował Związek Polskich Artystów Plastyków, który obok Prezydenta Miasta Poznania pełnił patronat honorowy nad

IV edycją Festiwalu. Obecność galerii, firm trudniących się sprzedażą przedmiotów artystycznych, Cepelii, Związku Polskich Artystów Plastyków daje indywidualnym artystom szansę nawiązania ciekawych kontaktów.

## Z myślą o zwiedzających

Goście ostatniej edycji Festiwalu mogli własnoręcznie wy-

konać biżuterię z koralików, a nawet ze srebra, ozdoby świąteczne z papieru i wikliny, poznać tajniki tkactwa i hafciarstwa, nauczyć się zdobienia modną metodą decoupage, a także kupić niezbędne materiały i przybory.

No i oczywiście to, co u niektórych powoduje wzrost adrenaliny, czyli aukcje. Na Festiwalu zorganizowane były dwie aukcje charytatywne. Ci, którym udało się wylicytować ciekawą pracę, mogli wrócić do domu podwójnie zadowoleni, gdyż mieli świadomość, że ich pieniądze pomogą najbardziej potrzebującym.

## Przyszłość przed młodymi

Organizatorzy Festiwalu Przedmiotów Artystycznych nie zapominają także o młodych twórcach, dla których stanowi on świetną okazję do pokazania swoich prac szerokiej publiczności, poddania się ocenie oraz zaistnienia na rynku. Osoby zwiedzające targi mają z kolei możliwość obejrzenia i kupienia dzieł

*Na Festiwalu Przedmiotów Artystycznych można obejrzyć, a co najważniejsze – kupić, obrazy olejne i akwarele, grafiki, rysunki, rzeźby, tkaniny, gobeliny, unikatowe ubrania, biżuterię, szkło i ceramikę, wyroby sztuki ludowej, dekoracje, ozdoby świąteczne, upominki, antyki (stare porcelane, stare zegary, lampy, bibeloty) oraz artykuły do twórczości plastycznej.*

tworzonych ze świeżym spojrzeniem młodości. W 2007 r. pracom studentów Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi, wśród nich szczególnie interesujące unikatowe ubrania oraz galanteria artystyczna. Twórczość członków Koła Naukowego „Niezależni”, działającego przy Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu, pokazano na wystawie zatytułowanej „Kobiecość”. ■



# UNIA EUROPEJSKA - ile w budżecie?

**W** okresie 2007–2013 na te cele zostanie przeznaczony 38% całkowitego budżetu, który wynosi ponad 900 mld euro na cały okres. Drugą co do wielkości pozycją wydatków jest rolnictwo, które jest jedynym w pełni zintegrowanym obszarem polityki unijnej. Przeznacza się na nie około 34% budżetu UE. Pieniądze wydawane są na zapewnienie dostaw bezpiecznej i wysokiej jakości żywności oraz na zapewnienie rolnikom odpowiednich dochodów przy rozsądnych, z punktu widzenia kupującego, cenach żywności.

## CO DLA POLSKI

Szacuje się, że Polska otrzyma z Unii Europejskiej do końca 2007 r. około 27 mld zł. Środki te pochodzą przede wszystkim z tytułu funduszy strukturalnych i Fun-

**Największa część budżetu Unii Europejskiej przeznaczona jest na zwiększanie konkurencyjności gospodarki oraz spójności UE, poprzez zmniejszanie różnic pomiędzy bogatszymi a biedniejszymi państwami członkowskimi.**

duszu Spójności (około 18 mld zł), ze Wspólnej Polityki Rolnej i Wspólnej Polityki Rybackiej (około 7 mld zł) oraz z programów przedakcesyjnych PHARE i ISPA (około 2 mld zł).

## ROLNICY NAJWIĘKSZYM BENEFICJENTEM

Stale rośnie udział środków unijnych, które przeznaczone są na wsparcie, rozwój i modernizację rolnictwa. W okresie od

stycznia 2004 r. do 30 czerwca 2007 r. globalna kwota wsparcia finansowego w Polsce, zrealizowanego za pośrednictwem Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, pochodząca z budżetu krajowego, przekroczyła 15 mld zł, natomiast w tym samym czasie wydatki finansowane ze środków unijnych wyniosły ponad 26 mld zł. Stały wzrost udziału środków UE następuje przede wszystkim w wyniku dokonywania płatności w ramach Wspólnej Polityki Rolnej i Wspólnej Polityki Rybackiej, w tym w szczególności >>>

## Sukces rynkowy



**Rozmowa  
z wiceprezes zarządu  
PKM Duda S.A.**

**Bogna Duda-Jankowiak**

**Koncern DUDA – dziś niekwestionowany lider na polskim rynku mięsnym – rozwinął się z firmy rodzinnej. Jak z perspektywy tych lat oceniają Państwo przemiany polskiego rynku?**

Polski Koncern Mięśny DUDA istnieje na rynku od 1990 r. Po wejściu Polski w struktury UE sytuacja na rynku mięsnym bardzo się zmieniła. Małe firmy, które nie zbudowały swojej pozycji rynkowej w stosownym czasie, zwłaszcza przed wejściem do UE, były skazane na porażkę. Przetwarzać mogły tylko zakłady spełniające ostre wymogi polskie i unijne, w tym zwłaszcza wymogi sanitarne. W rezultacie rozpoczął się proces przejmowania lub likwidacji słabszych podmiotów, który trwa

do chwili obecnej. Firmy, które zainwestowały w nowoczesne systemy produkcji i zdobyły certyfikaty eksportowe, zyskały olbrzymie możliwości rozwoju. W polskim sektorze mięsnym działa ponad 3 tys. zakładów, a uprawnienia do sprzedaży na rynek UE ma około 800 z nich. Do sprzedaży na rynek krajowy zakwalifikowano ponad 1,9 tys. firm (w tej grupie znajduje się kilkaset zakładów będących w okresie przejściowym), a do sprzedaży bezpośredniej – niespełna 500. Oznacza to, iż konsolidacja i przejmowanie rynku przez najsilniejszych będzie trwało w latach następnych. Nasza firma w ciągu pięciu lat od wejścia na giełdę stała się jednym z trzech największych na polskim rynku podmiotów branży mięsnej. Cały holding zatrudnia ok. 2500 osób. Przychody netto przekroczyły w 2006 r. 1 miliard zł, co lokuje nas w czołówce największych przedsiębiorstw branżowych w Polsce.

**Co kupują polscy konsumenci? Jak dzieli się dziś tort sprzedaży między wyroby popularne i wędliny z górnej półki?**

Obserwując rynek wędlin w Polsce, daje się zauważyć nieustannie rosnący popyt na tradycyjne wyroby wędliniarskie z górnej półki. Główną przyczyną jest zmiana przyzwyczajeń żywieniowych Polaków oraz coraz wyższe wymagania co do jakości produktów spożywczych. Jedną z podstawowych cech polskich konsumentów, warunkującą także ich decyzje zakupowe, jest przywiązanie do tradycji. Wędliny wytwarzane na podstawie tradycyjnych receptur budzą przede wszystkim zaufanie. Tendencję tę potwierdza dynamicznie rosnąca sprzedaż wędlin przygotowywanych w oparciu o tradycyjne receptury przez spółkę Stół Polski, wchodzącą w skład koncernu. Dlatego też tak dużą wagę przywiązuje się do opracowywania i wprowadzania na rynek nowych serii produktowych bazujących na recepturach znanych od lat.



## Dobry rok dla zbóż

Według szacunkowych danych GUS zbiory zbóż w 2007 r. powinny wynieść 27,4 mln t, tj. o 25,7% więcej niż w nieurodzajnym 2006 r. O wysokości plonów zadecydowały przede wszystkim korzystne warunki agrometeorologiczne, gdyż powierzchnia uprawy (łącznie z kukurydzą i gryką) była podobna jak przed rokiem i wyniosła 8,4 mln ha.

\*\*\*

## Hodowcy bydła inwestują

W końcu maja 2007 r. pogłowiu bydła liczyło blisko 5,7 mln szt., tj. o 1,6% więcej niż przed rokiem. Zmalała o 1,3% liczba krów, natomiast liczba cieląt oraz bydła w wieku do 2 lat wzrosła o 3,1%, co jest następstwem relatywnej poprawy opłacalności odchowu młodego bydła.



\*\*\*

## Rośnie handel mięsem

Według danych Ministerstwa Finansów w ciągu 7 miesięcy 2007 r. eksport mięsa (łącznie z żywcem, podrobami i przetworami) wyniósł 456 tys. t i był o 10% wyższy niż w tym samym okresie ubiegłego roku, a import wyniósł ponad 168 tys. t (wzrost o 6%). Saldo handlu zagranicznego mięsem w analizowanym okresie ukształtowało się na poziomie ponad 287 tys. t, tj. o 33 tys. t wyższym niż przed rokiem.

>>>

w ramach programu dopłat bezpośrednich. W latach 2004–2007 płatności te stanowiły ok. 76% łącznej kwoty wypłat służących wsparciu finansowemu rolnictwa. Tendencja wzrostowa napływu środków UE zostanie utrzymana w najbliższych latach.

W planach na 2008 r. na rolnictwo w Polsce przeznaczane jest ponad 43,3 mld zł, z czego z budżetu krajowego wydane zostanie 33,6 mld zł, a pozostałe 9,7 mld zł pochodzą będzie ze środków unijnych. W kwocie z budżetu krajowego zawiera się niespełna 19 mld zł wydatków, m.in. na dopłaty do paliwa rolniczego, na dotowane ubezpieczenia upraw i zwierząt, na dopłaty do oprocentowania kredytów preferencyjnych, na użyczenie padłych zwierząt i finansowanie zalesiania gruntów. Planowane są także dotacje przedmiotowe, czyli dopłaty do postępu biologicznego, do rolnictwa ekologicznego i do ochrony roślin. Największą pozycję w wydatkach ze środków unijnych stanowią płatności bezpośrednie, które w 2008 r. mają wynieść ponad 9 mld 105 mln zł. Na dokończenie realizacji programu SPO na lata 2004–2006 w przyszłorocznym budżecie zarezerwowano ok. 590 mln zł. W 2008 roku mają być zrealizowane niektóre działania Pro-

gramu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013. Planowane jest m.in. prowadzenie takich działań, jak ułatwianie startu młodym rolnikom, finansowanie inwestycji w gospodarstwach rolnych oraz w przemyśle przetwórczym, tworzenie mikroprzedsiębiorstw i renty strukturalne.

## ŻYWNOŚĆ – POLSKA SPECJALIZACJA

Polska jest szóstym producentem żywności w Unii Europejskiej. W Polsce branża spożywcza ma 20% udziału w produkcji sprzedanej całego przemysłu oraz 16% udziału w zatrudnieniu. Polskie zakłady przetwórstwa żywności w ostatnich latach zainwestowały miliardy złotych w nowe technologie, systemy kontroli jakości oraz najnowocześniejsze urządzenia. Część z tych inwestycji pochodziła w funduszy unijnych. Do końca 2008 r. ponad 720 firm otrzyma 1,94 mld zł z programu „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich”. Dotychczas Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa wydała już na ten cel 0,7 mld zł. Duże projekty (powyżej 5 mln zł) stanowiły tylko

## Rynek gastronomiczny wciąż rozdrobniony

Jak podaje Akademia Rozwoju Systemów Sieciowych, w Polsce działa około 500 systemów franczyzowych i agencyjnych, z czego 10,6% stanowią systemy działające w branży gastronomicznej. Rynek gastronomiczny w Polsce jest bardzo rozdrobniony. Spośród 90 tys. punktów gastronomicznych niecałe 2 tys. zorganizowane jest w sieciach, z tego ok. 25% stanowią sieci franczyzowe. Wśród 20 największych franczyzowych sieci gastronomicznych na polskim rynku 14 to sieci o polskim kapitale, a zaledwie 6 należy do inwestorów zagranicznych. Najwięcej placówek gastronomicznych mają Fornetti, Mc Donald's, Telepizza, Da Grasso, Sphinx i Alois Dallmayr Automaten Service.

\*\*\*

## Polacy lubią kupować w małych sklepach

Choć małe sklepy wypierane są w Polsce przez supermarkety, które mają już dziś około 40%



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-TECH 2007

udział wartościowy w rynku, handel tradycyjny jest nadal bardzo silny. Małe sklepy zreszają się w sieci. 17 tys. spośród 70 tys. sklepów należy do sieci typu Lewiatan czy Żabka. Część z nich

7% wszystkich dofinansowanych, większość inwestycji została dofinansowana w granicach 5 mln zł. Najwięcej pieniędzy otrzymała branża mleczarska (18,6%), drobiarska (15%) i mięsna (14,3%).

## CORAZ WIĘCEJ NA OCHRONĘ ŚRODOWISKA

W latach 2007–2013 na ochroną środowiska przeznaczony się w Polsce 12,5 mld euro, co jest kwotą ponadtrzykrotnie większą niż w latach 2004–2006. Wsparcie dla projektów z ochrony środowiska przewidziano w większości programów operacyjnych. Najwięcej funduszy na ten cel zarezerwowano w programie „Infrastruktura i Środowisko” (ponad 6 mld euro), regionalne programy operacyjne otrzymają około 3 mld euro, taką samą kwotę przeznaczono w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Obszarów Wiejskich. Wsparcie będzie obejmować działania mające bezpośredni wpływ na stan środowiska, czyli budowę kanalizacji, oczyszczalni ścieków, nowoczesnych zakładów zagospodarowywania odpadów, a także inwestycje pośrednio wspierające ochronę środowiska, jak transport publiczny w miastach, odnawialne źródła

energii, rozwój kolei oraz transport morski. Inwestycje w zakresie ochrony środowiska w latach 2007–2013 współfinansowane będą z Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

## INWESTYCJE W TURYSTYKĘ

Do 2013 r. wszystkie programy operacyjne związane z rozwojem turystyki w Polsce otrzymają prawie 8 miliardów euro dofinansowania. Pieniądze te mogą być przeznaczone na inwestycje w tereny uznawane za mało atrakcyjne turystycznie, budowę centrów informacji turystycznej czy szkolenia pracowników obiektów turystycznych i noclegowych. Największy program dotowany z pieniędzy Unii Europejskiej to „Turystyka – wspólna sprawa”, realizowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Celem projektu jest podniesienie kwalifikacji osób zatrudnionych w turystyce, pomoc w rozwoju produktów turystycznych oraz animowanie współpracy partnerów w regionie. Skorzystać z niego mogą przedsiębiorcy, przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji wspierających rozwój turystyki. ■



Fot. Serwis prasowy MTP, TOUR SALON 2007

rystyki ogólna liczba przyjazdów turystycznych będzie rosta w latach 2007–2013 o 4% rocznie do ponad 20 mln w latach 2012 i 2013. Zmianie uległy cele pobytu zagranicznych gości. Bardzo wzrosło znaczenie turystyki biznesowej. W pierwszym półroczu co trzeci przyjazd związany był ze sprawami służbowymi. Zmalał odsetek wizyt w celach turystycznych (14%). Nie zmienił się istotnie odsetek odwiedzających krewnych lub znajomych. Wyraźnie więcej było natomiast podróży tranzytowych (20%), mniej zaś – przyjazdów na zakupy (9%).

\*\*\*

## Przybywa hoteli

Według danych GUS, w 2006 roku w Polsce działało 6 694 obiektów noclegowych i było ich nieznacznie mniej niż w poprzednim roku, co jest wynikiem spadku liczby obiektów niesklasyfikowanych, natomiast w tym samym czasie liczba hoteli wzrosła o 5%, zwłaszcza tych lepszych – pięciogwiazdkowych (o blisko jedną piątą) i trzygwiazdkowych. Ta tendencja wzrostowa będzie się utrzymywać. Jak podaje firma badawcza PMR, w 2007 roku wartość inwestycji w hotele, motele, pensjonaty, schroniska powinna przekroczyć pół miliarda złotych, czyli będzie o 16,5 proc. większa niż rok wcześniej. Firma ta szacuje, że przez kolejne pięć lat w Polsce będzie przybywało po 100 hoteli rocznie, a na ich budowę zostanie przeznaczony ponad 4 mld zł. Dziś największą liczbą miejsc noclegowych dysponują obiekty trzygwiazdkowe (44%) i dwugwiazdkowe (26%). W pierwszym kwartale 2007 r. liczba Polaków korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego wzrosła o 9,6%, a cudzoziemców o 15,1%.

powiększa również swoje obiekty. Rośnie udział handlu wielkopowierzchniowego. Obecnie na milion mieszkańców przypada 6 hipermarketów i 84 supermarkety. Najwięcej punktów sprzedaży mają następujące sieci: Polomarket, Tesco, Albert, Intermarche, Kaufland, Champion i Globi oraz Stokrotka.

Dynamicznie rozwijają się też sklepy dyskontowe. Ich udział w handlu detalicznym wynosi 7%. W 2006 roku przybyło 226 placówek dyskontowych różnych sieci, w sumie jest ich 1754. Liderem jest Biedronka z 900 sklepami. Ponadto na rynku obecne są sieci Lidl/Grupa Schwarz, Plus Discount/Tengelmann i Netto. Według ekspertów z firmy doradczej Planet Retail w roku 2010 w Polsce będzie działać ponad 2 500 sklepów dyskontowych.

\*\*\*

## Polacy smakoszami wina

W Polsce systematycznie rośnie spożycie wina. Największą popularnością cieszą się wina stołowe. Zgodnie z danymi firmy Nielsen w okresie od

lipca 2006 r. do czerwca 2007 r. Polacy kupili 42,6 mln litrów tego typu wina za kwotę prawie 710 mln zł. W tym samym okresie sprzedano 19,6 mln litrów win musujących i niewiele ponad 12 mln litrów wermutu. Najmniejszą popularnością cieszą się wina deserowe, gdyż ich sprzedaż była na poziomie niecałych 8 mln litrów. Szacuje się, że w Polsce jest około 250 specjalistycznych sklepów zajmujących się sprzedażą wina, a ich liczba będzie rosła, ponieważ wiele sieci handlujących winem planuje otwieranie kolejnych punktów sprzedaży.

\*\*\*

## Więcej podróży służbowych

W ciągu ośmiu miesięcy 2007 za granicę wyjechało 33,6 mln Polaków (o 10% więcej niż w tym samym okresie 2006 r.), a przyjechało do Polski 45 mln cudzoziemców (wzrost o 6,5%). Liczba przyjazdów turystów (czyli osób korzystających przynajmniej z jednego noclegu) w pierwszym półroczu szacowana jest na ponad 7 mln. Według prognoz Instytutu Tu-

Każdy, kto rozważa uczestnictwo w targach, zastanawia się nad korzyściami, jakie ono da. Często decyzja udziału w nich ma charakter intuicyjny. Warto jednak odpowiedzieć sobie na pytanie: **co kryje się za ogólnym stwierdzeniem, że targi to efektywne narzędzie marketingu?** Warto wiedzieć, jak swoją obecność na targach wykorzystują inni.



## Skuteczność sprzedaży

Według wyników badań renomowanych instytutów rynkowych na świecie, targi mają najwyższą, po sprzedaży bezpośredniej, skuteczność w procesie sprzedaży. Bezpośredni kontakt z klientem to istotny czynnik tego procesu dający możliwość przekonania klienta do swojego produktu za pomocą pięciu zmysłów. Prezentacja targowa jest potwierdzeniem wiarygodności firmy, jej obecności na rynku. Daje możliwość porównania produktów oferowanych przez różne firmy, pozostawiając obsłudze stoiska bardzo wiele możliwości (wspinała ekspozycja, konferencja, pokaz) przekonywania do swoich produktów. Nic dziwnego, że 39,9% wystawców uważa, że targi wpływają na decyzje o dokonaniu zakupów. Udział w targach to promocja wynikająca już z samej obecności na nich, to promocja działająca na różnych płaszczyznach, przy wykorzystaniu różnych środków i form, to możliwość zaistnienia w mediach.

\*\*\*

*Jestem prezesem Rolniczej Spółdzielni Produkcyjnej „Pokój” w Lubiniu. Naszym zadaniem jest zarabianie pieniędzy na hodowli. Dziś na rynku liczy się jakość, więc my staramy się o najwyższą jakość bydła hodowlanego. To nam się udaje, czego dowodem są przyznane na ostatniej Krajowej*



Prezes Andrzej Strzyżewski odbiera nagrodę na targach FARMA 2007

*Wystawie Zwierząt Hodowlanych nagrody – zgarnęliśmy ich niezłą pulę: dwa tytuły superczempiona, dwa wiceczempiona i trzy czempiona. Dziś duży wpływ na sprzedaż ma promocja, a każdy udział w Krajowej Wystawie Zwierząt Hodowlanych to najlepsza i najtańsza promocja, każda nagroda uzyskana na targach to prestiż. Wprost przekłada się to na efekt finansowy przedsiębiorstwa. Dowodem jest, odnotowany przez nas po ostatnich targach, wzrost nie tylko liczby klientów, zamówień, ale również fakt, że możemy dziś uzyskać lepsze ceny za nasze bydło. Oprócz korzyści komercyjnych, jakie przyniósł nam udział w targach, warto również wspomnieć o tych w sposób niewymierny przekładających się na rozwój przedsiębiorstwa, a są nimi choćby edukacja, możliwość zebrania wielu cennych informacji rynkowych, możliwości zaistnienia na rynku nie tylko krajowym. Targi, wystawy*

*stymulują postęp, rozwój przedsiębiorstw, wpływają na skuteczność sprzedaży – to nie ulega wątpliwości. Udział w targach to dobra inwestycja.*

*Andrzej Strzyżewski, prezes Rolniczej Spółdzielni Produkcyjnej „Pokój”*

\*\*\*

*Udział w targach ma bezpośrednie przełożenie na sprzedaż – co do tego nie ma żadnych wątpliwości i to jest zasadniczym powodem, dla którego pojawiajemy się na targach. Wszystkie efekty, które generuje targowa prezentacja firmy – umacnianie wizerunku, promocja marki, nawiązywanie i zacieśnianie kontaktów z klientami – skutkują wzrostem jej obrotów. Oczywiście pod warunkiem, że udział w targach został przemyślany i należyście przygotowany. Nie ma przy tym jednej recepty na targowy*

*sukces. Wszystko zależy od specyfiki branży i samych targów.*

*Możemy o tym mówić na podstawie wielu własnych doświadczeń. Polpack ma bowiem bardzo bogatą ofertę maszyn i materiałów opakowaniowych i prezentuje ją zarówno na targach branżowych (przemysłu spożywczego, drzewnego, poligraficznego), jak i na targach opakowań, jak TAROPAK. W pierwszym przypadku największe wyzwania stoją przed naszym działem handlowym, w drugim koncentrujemy się na zaakcentowaniu pozycji firmy na rynku. Zalety obu tych typów prezentacji łączą targi bardzo wąsko wyspecjalizowane, jak PAKFOOD – prezentujące wyłącznie opakowania dla przemysłu spożywczego. Różnie ocenia się też efekty udziału w targach – branża spożywcza najszybciej przynosi wymierne korzyści, czyli nowe kontrakty. Decyzje inwestycyjne dojrzewają tu bardzo szybko. Do innych branż trzeba przykładać już inną miarę.*

*Każdy udział w targach jest też dla nas lekcją, z której wyciągamy wnioski – rynek się zmienia i trudno byłoby wychodzić mu naprzeciw wciąż z tą samą ofertą.*

*Ryszard Racki, dyrektor Handlu i Marketingu Polpack*

## Kontakt z klientami

*Sukces firmy zależy przede wszystkim od umiejętności wykorzystania rynku. Określenia tak jego aktualnych potrzeb, jak i tych pojawiających się. Trzeba*



Fot. Serwis prasowy MTP, POLAGRA-TECH 2007

znaleźć swoje miejsce wśród konkurencji. To wszystko jest analizą zebranych na targach informacji i wniosków wyciągniętych z rozmów z klientami. Pobyt tu jest inspiracją do tworzenia kierunków sprzedaży. Jest to również miejsce weryfikacji trafności nowej strategii i nowego produktu. Zgodnie z badaniami Pentoru 65,7% wystawców uważa, że targi dostarczają aktualnych informacji o trendach i kierunkach rozwoju. O powodzeniu na rynku w ostatecznym rachunku decyduje klient. Dlatego tak ważny jest bezpośredni z nim kontakt. Targi są niejako swatką starającą się połączyć sprzedającego z kupującym. Zapraszając profesjonalną publiczność, gwarantują wysokiej jakości spotkania biznesowe, a dysponując odpowiednią infrastrukturą, zapewniają właściwą aranżację i wpływają na dobrą, niekrepującą atmosferę do rozmów. Badania mówią, że spotkania na targach generują średnio około 20% kontaktów handlowych. Ponad połowa wystawców (51%) zgadza się, że targi oszczędzają czas i pieniądze, ponieważ w jednym miejscu i czasie gromadzą dostawców i odbiorców.

\*\*\*

*Istotą targów są spotkania i rozmowy, bezpośredni kontakt. Przyjeżdżając na targi, chcemy przede wszystkim dotrzeć do naszych potencjalnych klientów, do tego wszak w pierwszym rzędzie służą takie imprezy. Zależy nam na jak najwzajemniejszym pokazaniu naszej oferty, a z drugiej strony na poznaniu oczekiwani i opinii tych, do których jest kierowana. Targi dają doskonałą okazję do takiej wymiany poglądów.*

*Możliwość nawiązania bezpośredniego kontaktu jest dla nas ważna również na innej, szerszej płaszczyźnie. Myślę tu o spotkaniach i rozmowach między wystawcami – firmami działającymi w powiązanych ze sobą segmentach, a nawet konkurujących ze sobą. Dlaczego jest to takie ważne? Zajmujemy się organizacją wydarzeń i doradztwem w dziedzinie turystyki biznesowej. Ten obszar to ogromny potencjał dla rozwoju branży turystycznej i pokrewnych gałęzi gospodarki, szansa na promocję miast i regionów. W Polsce wciąż jeszcze niewykorzystywany na odpowiednią skalę. Przepisem na sukces jest wspólne działanie, tworzenie silnej, profesjonalnej branży. Angażujemy się w takie przedsięwzięcia od wielu lat, wykorzystując swoje własne doświadczenia z działalności biznesowej na tym polu. Nasz portal Meetingspoland.pl był pierwszym*

*internetowym serwisem turystyki biznesowej w Polsce.*

Anna Dembińska, menedżer projektu, Meetings Management

## Targi lustrem gospodarki

Andrzej Marchewka  
prezes firmy Promar

**Czy prawdziwe jest twierdzenie, że koniunktura gospodarcza sprzyja rozwojowi targów?**

Jest rzeczą oczywistą, że inwestycje zależą od koniunktury gospodarczej. Dotyczy to każdej gałęzi przemysłu, także spożywczego. Od pewnego czasu daje się zaobserwować większą aktywność inwestorów na europejskim rynku spożywczym. Doskonale to widać, gdy obserwuje się międzynarodowe targi branżowe, odbywające się zarówno w Polsce, jak i innych krajach.

Rosnące koszty pracy i trudności w pozyskiwaniu pracowników powodują, że jest coraz więcej inwestorów, którzy śledzą nowości techniczne i technologiczne i chcą je wprowadzić w swoich firmach.

**Promocja marki, spotkania z partnerami handlowymi, poszukiwanie nowych odbiorców – co wyznacza priorytety obecności na targach?**

Firma Promar od lat czynnie uczestniczy w targach POLAGRA-FOOD. I zamierzamy nadal to robić, gdyż taka jest nasza filozofia – być tam, gdzie są nasi obecni i potencjalni klienci. Są oczywiście firmy, które z założenia nie biorą udziału w tar-



gach, koncentrując się na innych formach promocji, ale moim zdaniem, trzeba być widocznym, aby zostać dostrzeżonym. Obecność na targach jest dla nas niewątpliwie formą promocji marki.

Ponieważ targi to impreza, która pozwala na spotkanie w jednym miejscu wielu przedstawicieli branży mięsnej, czy też ogólniej mówiąc – spożywczej, są one dla nas również znakomitą okazją do spotkania się z naszymi dotychczasowymi klientami, nawiązania kontaktów z nowymi odbiorcami oraz do pozyskania nowych partnerów handlowych. Możliwość rozmów z nimi i poznania ich opinii są dla nas bezcenne. ■

## To się opłaca

Światowe badania wykazują (<http://www.polfair.com.pl>), że na targi wydaje się średnio około 9% rocznych budżetów marketingowych. Policzone, że te 9% budżetu przynosi korzyść w wysokości 23% wzrostu działalności.

# Targi tętniące życiem

Życie na terenach MTP nie zamiera w okresie między poszczególnymi targami. To miejsce, w którym przez cały czas coś się dzieje. Doświadczenie i profesjonalizm pracowników MTP oraz doskonała infrastruktura pozwalają na organizowanie wielu różnorodnych imprez. Międzynarodowe Targi Poznańskie to licząca się w kraju i na arenie międzynarodowej instytucja, uczestnicząca w życiu gospodarczym kraju i reprezentująca polski przemysł targowy na arenie międzynarodowej. O randzie MTP świadczą przyznawane nagrody i wyróżnienia.

## Rewelacyjny koncert Sinead O'Connor

16 lipca na placu Marka w pobliżu Iglicy targowej zaśpiewała Sinead O'Connor. Koncert ten był jednym z najbardziej oczekiwanych wydarzeń muzycznych tego roku. Do tej pory irlandzka wokalistka gościła w Polsce tylko dwukrotnie, ostatnio przed czterema laty.

Koncert na targach wpisywał się w program wydarzeń Festiwalu Teatralnego Malta 2007. Na terenach targowych zebrało się 9 tysięcy słuchaczy. Sinead O'Connor zaśpiewała utwory



Fot. Serwis prasowy MTP, koncert Sinead O'Connor

z premierowego albumu „Theology”. Nie tylko występ Sinead O'Connor zebrał entuzjastyczne recenzje. Gazeta Wyborcza mianem „objawienia wieczoru” ochrzciła samo... miejsce koncertu: *Oto ogromny plac wewnątrz MTP, w samym centrum miasta, na którym zmieści się ogromna rzesza widzów. I jak się okazało, muzyka brzmi całkiem dobrze. To może i powinno być także w przyszłości bardzo „koncertowe” miejsce.* Sinead O'Connor to nie pierwsza artystka, która zaśpiewała na Placu Marka. Rok temu w tym samym miejscu odbyła się premiera opery Rogera Watersa „Ça Ira”.

\*\*\*

## 600 naukowców z całego świata

3 września podczas konferencji European Signal Processing Conference EUSIPCO 2007 spo-

tknęło się w targowym centrum kongresowym 600 naukowców z całego świata. EUSIPCO to druga co do wielkości konferencja z dziedziny przetwarzania sygnałów na świecie. Tegoroczna poznańska edycja była pierwszą zorganizowaną w tej części Europy.

Konferencja poświęcona była między innymi zagadnieniom telekomunikacji multimedialnej i mikroelektroniki. Referaty wygłaszali naukowcy i badacze z 48 krajów, m.in. z Polski, Niemiec, Anglii, Francji, Włoch, USA, Japonii, Chin, Turcji, Iranu, Brazylii i wielu innych. Polska edycja EUSIPCO została zorganizowana pod patronatem organizacji EURASIP – European Association for Signal Processing przez Katedrę Telekomunikacji Multimedialnej i Mikroelektroniki Politechniki Poznańskiej, wspólnie z Polskim Towarzystwem Elektrotechniki Teoretycznej i Stosowanej.

Było to przedsięwzięcie wymagające bardzo rozbudowanego zaplecza teleinformatycznego, podobnie jak zorganizowana na terenach targowych w 2005 roku międzynarodowa konferencja grup roboczych MPEG Moving Pictures Experts Group i JVT Joint Video Team. Każdy z jej kilkuset uczestników otrzymał osobne przyłącze do Internetu, zainstalowano również systemy transmisji dźwięku i obrazu pomiędzy poszczególnymi salami.

## Medycy polubili Poznań

Ponad 1000 uczestników w sali konferencyjnej, równie liczne grono w sali bankietowej, niemal 50 wykładowców i 23 sesje tematyczne – tak przedstawiał się marcowy kongres **Top Medical Trends 2007**. Wykłady prezentowane przez naukowców i praktyków dotyczyły najważniejszych osiągnięć nowoczesnej medycyny, demonstrowanych na światowych i krajowych kongresach.

W połowie września w salach konferencyjnych MTP odbył się **63. Zjazd Towarzystwa Chirurgów Polskich**. Dla delegatów przygotowano salę na 2 tysiące miejsc. Zjazd był jednym z najważniejszych spotkań naukowych Towarzystwa. Jego część seminaryjna obejmowała m.in. zagadnienia nowych technik i technologii w chirurgii. Honorowy patronat nad tym spotkaniem sprawował prezydent Rzeczypospolitej Polskiej Lech Kaczyński. W komitecie honorowym zasiadł m.in. minister zdrowia Zbigniew Religa.

\*\*\*

## Jubileuszowe spotkanie sprzedawców Allegro

Weekendowy zjazd allegrowiczów był wydarzeniem o niezwyczajnym rozmachu. 1500 internautów i 200 administratorów portalu spotkało się na terenach targowych, by wziąć udział w warsztatach szkoleniowych, przede wszystkim z zakresu technik sprzedaży w Internecie. Ale nie tylko.

Przez dwa dni odbyło się niemal 50 szkoleń. Sale przygotowane do wykładów rozbrzmiewały



Fot. Serwis prasowy MTP, konferencja EUSIPCO

## Konferencja klimatyczna ONZ 2008 – w Poznaniu!

**To już pewne: przyszłoroczna Sesja Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Zmian Klimatu odbędzie się w Poznaniu, na terenie MTP. To spotkanie niezwyklej rangi.**

Szczyt klimatyczny w Poznaniu – 14 sesji konferencji stron ramowej konwencji w sprawie zmian klimatu i cztery spotkania stron protokołu z Kioto – przyciągnie co najmniej 10 tys. specjalistów, dziennikarzy i osób towarzyszących. Spotkanie klimatologów w Poznaniu będzie czternastym w cyklu konferencji klimatycznych ONZ.

## Daj się zobaczyć

**W targach MTP uczestniczy każdego roku ponad 10 tysięcy firm. Odwiedza je niemal 320 tysięcy osób. Każde targi relacjonuje od kilkudziesięciu do kilkuset dziennikarzy. Jak wykorzystać ten potencjał dla swojej firmy?**

**Już od nowego roku firmy uczestniczące w targach będą miały do dyspozycji nowe możliwości dotarcia z przekazem reklamowym do targowej publiczności.**

To prawda, paleta możliwości prezentacji firmy na targach znacznie się zwiększy. Po pierwsze, oddajemy do dyspozycji naszych klientów wielkoformatowe przestrzenie reklamowe na zewnątrz pawilonów. To bardzo różnorodne konstrukcje – oprócz tych najbardziej spektakularnych, kilkusetmetrowych billboardów można wybierać między kilkumetrowymi plakatami, planszami o powierzchni kilkunastu i kilkudziesięciu metrów kwadratowych. Przybędzie także nośników reklamowych wewnątrz pawilonów i w przestrzeniach łączących poszczególne hale – na przykład w targowej Alei Lipowej, w najnowocześniejszym kompleksie pawilonów. Będą to zarówno standy, jak i wiszące banery. Planujemy różne formy reklamy ambientowej, czyli wykorzystującej niestandardowe, oryginalne nośniki.



**Iwona Kasprzak**  
dyrektor  
ds. marketingu MTP

**Po pierwsze reklama, a po drugie?**

Pomyśleliśmy także o zwiększeniu możliwości kontaktu z obecnymi na targach dziennikarzami. Pierwszym krokiem były przenosiny Centrum Prasowego – dziś podczas każdej dużej imprezy jest ono usytuowane w centrum ekspozycji. Stworzyliśmy w nim prawdziwe centrum informacyjne – tu przedstawiciele mediów znajdują katalog targowy, przewodnik po nowościach, broszury z programem wydarzeń, aktualizowane na bieżąco informacje o konferencjach prasowych. Wydzieliliśmy także komfortową przestrzeń do rozmów, wywiadów radiowych. Takie zmniejszenie dystansu to duże ułatwienie pracy zarówno dla pracowników marketingu naszych wystawców, jak i dziennikarzy. Dystans ten chcemy jeszcze bardziej zmniejszyć poprzez kolejne rozwiązania.

**Czyli już po trzecie...**

Właściwie nawet trzecie, czwarte i piąte – mówimy bowiem o trzech uzupełniających się pakietach usług prasowych, które chcemy zaoferować: MediaContent, Kontakt dla Mediów i PressCentre.

MediaContent otwiera przed wystawcą targowe strony www: można na nich umieścić w sekcji Informacje dla mediów notatki prasowe i zdjęcia. W ten sposób informacje o firmie dostępne są dla dziennikarzy całą dobę, gotowe do pobrania także jeszcze miesiąc po zakończeniu targów. Pakiet ten obejmuje tłumaczenie materiałów – we wszystkich wersjach językowych, w których dostępna jest dana strona. Kontakt dla Mediów to miejsce na umieszczenie danych kontaktowych firmy na stronie www targów oraz w drukowanym biuletynie, dostępnym w Centrum Prasowym. Dzięki tej możliwości można skierować dziennikarzy wprost do osoby odpowiedzialnej za kontakty z mediami. Wykupienie opcji PressCentre pozwala na zamieszczenie firmowego biuletynu prasowego zarówno na stronie internetowej, w wersji elektronicznej, jak i w formie drukowanej – w Centrum Prasowym.

Wszystkie te opcje tworzą Serwis Prasowy Wystawców – na razie trzy-punktowy, myślimy już jednak nad jego rozbudową. Kolejne pomysły podpowiedzą na pewno pierwsze doświadczenia uzyskane w trakcie jego funkcjonowania. ■



Fot. Serwis prasowy Rynki Zagraniczne, statuetka Merkury 2007 dla MTP

pojęciami z dziedziny marketingu, kreowania wizerunku firmy i rozwoju biznesowego. Po wykładach był czas na atrakcje przygotowane w nowoczesnych pawilonach targów: warsztaty fotograficzne i techniki video, rozgrywki na polu minigolfa, Pomarańczowy Kącik Piękności, a na zakończenie występ Pawła Kukiza i zespołu Piersi. W tym roku przypadła okragła 10. rocznica spotkań allegrowiczów.

## Indywidualność Rynku – Merkury 2007 dla Salonu Kontraktacji Next Season

Salon Kontraktacji Next Season, organizowany przez Międzynarodowe Targi Poznańskie, został uhonorowany prestiżową nagrodą „Indywidualność Rynku – Merkury 2007” przyznawaną przez redakcję tygodnika „Rynki Zagraniczne”, pod patronatem Ministerstwa Gospodarki. Nagroda jest wyróżnieniem dla firm wykazujących się niekonwencjonalnym podejściem do problemów rynkowych, menadżerów, którzy wprowadzają nowatorstwo w działaniach na rzecz swoich firm oraz produktów i usług, które cechuje >>>



Fot. Serwis prasowy MTP, spotkanie allegrowiczów

>>>

nowoczesność rozwiązań technologicznych, innowacyjność pośród innych produktów oferowanych na rynku. Salon Kontraktacji w Poznaniu to stosunkowo młoda, ale już sprawdzona forma spotkań biznesowych producentów odzieży z odbiorcami z całego świata. Dotychczas odbyło się pięć edycji Salonu, z których każdą poszerzano o kolejne sektory przemysłu odzieżowego – początkowo o Salon Bielizny i Mody Plażowej Body Style, a później o Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej Special Days. Z zalet kontraktacji w Poznaniu skorzystało już ponad 200 marek i 2 600 handlowców, co świadczy o tym, iż profesjonalści doceniają wymierne korzyści płynące z aktywnego udziału w tych elitarnych spotkaniach. Udział w wiosennej edycji salonu Kontraktacji Next-Season, Body Style i Special Days z kolekcjami na sezon jesień-zima 2008/09 potwierdziła już rekordowa liczba wystawców, którzy zaprezentują blisko 250 znanych marek.

\*\*\*

## Medal im. Króla Kazimierza Wielkiego dla MTP

Zastał Polskę drewnianą, a zostawił murowaną – tak mówi się o królu Kazimierzu Wielkim. Medal nazwany imieniem osławionego władcy ziem polskich symbolizuje postęp w rozwoju budownictwa. Nagradzanie medalem oznacza promocję przekształceń prokościowych w budownictwie, także w firmach świadczących usługi na rzecz budownictwa. Nad konkursem organizowanym przez Konfede-

rację Budownictwa i Nieruchomości patronat sprawuje Minister Budownictwa. Laureatem VII edycji Konkursu o Medal im. Króla Kazimierza Wielkiego zostały Międzynarodowe Targi Poznańskie. Istotnym elementem działalności MTP są targi specjalistyczne, takie jak Międzynarodowe Targi Budownictwa BUDMA. Po raz pierwszy odbyły się w 1992 roku i od początku swojego istnienia cieszą się ogromnym zainteresowaniem. Dynamiczny rozwój gospodarczy w krótkim czasie doprowadził targi BUDMA do czołówki tego rodzaju wydarzeń odbywających się w Europie Środkowo-Wschodniej i Południowej.

\*\*\*

## Kongres EUMABOIS tym razem w Poznaniu

Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego DREMA uzyskały w tym roku rekomendację Europejskiej Federacji Producentów Maszyn do Obróbki Drewna EUMABOIS. Tym samym zaliczone zostały do światowej czołówki wydarzeń branżowych. EUMABOIS to federacja zrzeszająca 13 narodowych stowarzyszeń reprezentujących czołowych europejskich producentów maszyn i urządzeń do obróbki drewna i surowców drewnopochodnych. Doroczne spotkanie EUMABOIS tym razem odbyło się w Poznaniu. Spotkanie, które wspólnie zorganizowały: Stowarzyszenie Producentów Maszyn, Urządzeń i Narzędzi do Obróbki Drewna DROMA i Międzynarodowe Targi Poznańskie, miało formę walnego zgromadzenia. Wybrano na nim nowy skład zarządu Federacji. ■



Fot. Serwis prasowy MTP, spotkanie członków EUMABOIS

## Program wystawienniczy

2009

20-23.01.	BUDMA Międzynarodowe Targi Budownictwa INVESTFIELD Salon Nieruchomości i Inwestycji Centrum Budownictwa Sportowego
20-22.02.	Targi Edukacyjne Salon Wyposażenia Szkół Książka dla Dzieci i Młodzieży - VIII Poznańskie Spotkania Targowe
03-05.03.	TEX-STYLE Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków NEXT SEASON Salon Kontraktacji BODY STYLE Salon Bielizny i Mody Plażowej SPECIAL DAYS Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych
13-14.03.	Poznański Salon Optyczny <sup>1)</sup>
19-21.03.	GARDENIA Targi Ogrodnicze
31.03-03.04.	FURNICA Targi Komponentów do Produkcji Mebli DREMA Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego FURNIFAB Międzynarodowe Targi Materiałów Obiciowych i Akcesoriów Tapicerskich <sup>2)</sup>
21-24.04.	EURO-REKLAMA OUTDOOR EXPO Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych POLIGRAFIA Międzynarodowe Targi Maszyn, Materiałów i Usług Poligraficznych TeksPro Targi Uszlachtowania Tekstyliów i Marketingu Tekstylnego <sup>3)</sup>
25-26.04.	LOOK Forum Fryzjerstwa beautyVISION Forum Kosmetyki i Solariumów
25-29.04.	BAKEPOL Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego w Kielcach
07-10.05.	TTM Targi Techniki Motoryzacyjnej Poznańskie Spotkania Motoryzacyjne
08-10.05.	FIT-EXPO Fitness & Sport Park
09-10.05.	Electronic Sports World Cup Poland (ESWC)
20-22.05.	EXPOPOWER Międzynarodowe Targi Energetyki
27-31.05.	MEBLE Targi Mebli BIURO Targi Mebli Biurowych i Wyposażenia Biur HOME DECOR Targi Wyposażenia i Wystrój Wnętrz BUDMA INTERIOR Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz
15-17.06.	INFOSYSTEM Informatyka dla Przemysłu i Administracji
15-18.06.	INNOWACJE - TECHNOLOGIE - MASZYNY POLSKA (ITM-POLSKA): HAPE Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów • MACH-TOOL Salon Obrabiarek i Narzędzi • METALFORUM Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego • SURFEX Salon Technologii Obróbki Powierzchni • TECHNOGAZ Salon Gazu i Nafty • WELDING (salon spawalnictwa) • Nauka dla Gospodarki • Bezpieczeństwo Pracy w Przemysle
03-05.09.	TEX-STYLE Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków NEXT SEASON Salon Kontraktacji BODY STYLE Salon Bielizny i Mody Plażowej SPECIAL DAYS Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych
03-05.09.	EURO-REKLAMA GIFT EXPO Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
13-17.09.	POLAGRA-TECH Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych, w tym: 13-17.09. Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mięsnego 14-16.09. Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności 14-17.09. Salon Urządzeń Chłodniczych, Klimatyzacyjnych i Grzewczych 14-17.09. Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego
14-17.09.	POLAGRA-FOOD Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii
14-17.09.	PAKFOOD Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego
24-26.09.	CEDE Środkowoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych <sup>4)</sup>
25-26.09.	Poznański Salon Optyczny <sup>1)</sup>
02-04.10.	FARMA Międzynarodowe Targi Hodowli Zwierząt i Rozwoju Obszarów Wiejskich PRO-HORTI Salon Kontraktacji Ogrodniczych Krajowa Wystawa Ogrodnicza <sup>5)</sup> Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych <sup>6)</sup>
21-24.10.	TOUR SALON Targi Regionów i Produktów Turystycznych INVEST-HOTEL Targi Wyposażenia dla Hotelarstwa i Gastronomii
21-22.10.	BUY POLAND
24-25.10.	HOBBY Salon Modelarstwa
07-08.11.	POZNAŃ GAME ARENA (PGA)
17-20.11.	POLEKO Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska KOMTECHNIKA Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej
04-06.12.	Festiwal Przedmiotów Artystycznych

Przed podjęciem ostatecznej decyzji o udziale w targach prosimy o sprawdzenie aktualnych dat na stronach internetowych [www.mtp.pl](http://www.mtp.pl)

<sup>1)</sup> Organizator: Międzywojewódzki Cech Rzemieśli Optycznych w Poznaniu

<sup>2)</sup> Organizator: SURVEY Marketing & Consulting sp. z o.o.

<sup>3)</sup> Współorganizator: H&K Messe GmbH & Co KG

<sup>4)</sup> Organizator: Exactus sp.j.

<sup>5)</sup> Współorganizator: Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Ogrodnictwa O/Poznań

<sup>6)</sup> Współorganizatorzy: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowe Centrum Hodowli Zwierząt, Związek Hodowców Zwierząt



# Historia pewnego *rogala*



**Z**e wszystkich polskich miast tylko Poznań w dniu Święta Niepodległości, przypadającego 11 listopada, obchodzi również imieniny ulicy św. Marcina. Jak głosi legenda, patron tej ulicy pewnej zimy, wracając z patrolu i widząc nagiego żebraka, w odruchu miłosierdzia odciął mieczem połę swojego płaszcza i okrył nim biedaka. Na cześć rycerza, pustelnika i wreszcie biskupa z Tours na koniec okrzykniętego świętym mieszkańcy Poznania nazwali jego imieniem główną ulicę i obchodzą jej święto. Jest mało prawdopodobne, aby ten rzymski legionista mimo podróżniczego życia kiedykolwiek dotarł nad Wartę. Na pewno jednak dotarł tu i trwa do dziś jego kult. Oprócz patronów miasta, Piotra i Pawła, Marcin jest ulubionym świętym poznanianków. Nieodłącznym elementem świętowania, które ma tu już długą tradycję, jest kolorowy korowód, w którym



corocznie bierze udział ponad 200 uczestników, na czele ze „Świętym Marcinem” w rzymskim stroju i na białym koniu, szcudlarzami, ulanami, piekarzami i orkiestrą dętą. Tego dnia Poznaniacy, niezależnie od pogody, bawią się do późnych godzin nocnych na kiermaszach, koncertach i pokazach ogni sztucznych, ale nade wszystko obowiązkowo objadają się rogalami. Ten słodki przysmak upiekł po raz pierwszy w 1902 roku, właśnie na cześć biskupa Marcina, pewien poznański mistrz cukierniczy Józef Menzler. Upieczone rogalie miał rozdawać 11 listopada ubogim, a ich kształt miał przypominać podkowę, którą u bram miasta zgubił koń świętego Marcina. Wypiek powstaje według ściśle określonej receptury, robi się go z półfrancuskiego ciasta nadziewanego masą z białego maku i bakalii. Na jego wierzchołku muszą się także znaleźć orzechy i cukier. Kilometrowe kolejki poznanianków przed cukierniami, torby wypchane słodkościami, tak wyglądają w tym dniu ulice Poznania. Piekarze szacują, że każdego roku poznaniancy wraz z pozostałymi mieszkańcami Wielkopolski zjadają średnio czterysta ton rogalii. ■



**EKSPOZYCJA  
W ŚWIATOWYM  
FORMACIE**

# Zaufaj profesjonalistom

- stoiska systemowe
- nietypowe aranżacje
- scenografia kongresów i konferencji
- nowoczesne techniki graficzne
- kompleksowe wyposażenie

**Co roku realizujemy  
3000 projektów**

**Międzynarodowe Targi Poznańskie**

Wydział Budowy Stoisk tel. 061 869 21 47, 061 869 24 34, 061 869 22 09, fax 061 869 22 57, 061 869 29 63