



15-18 września POZNAŃ



14-18 września POZNAŃ



fot. M. Kuszela

Nadchodzi czas Polagry

Do najważniejszego w krajach Europy Środkowo-Wschodniej wydarzenia w branży spożywczej i gastronomicznej pozostało zaledwie pół roku. Wystawcy z Europy Zachodniej, Środkowej i Wschodniej oraz dalszych części świata już zaczęli przygotowania, aby jak najlepiej zaprezentować swoją ofertę handlową. 14 września w Poznaniu rozpoczną się Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych Polagra-Tech, a dzień później Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food.

Każdego roku w organizację tych targów zaangażowane są izby handlowe, stowarzyszenia branżowe, placówki dyplomatyczne i zagraniczne przedstawicielstwa. Wśród wystawców zawsze obecni są wszyscy liderzy poszczególnych segmentów rynku wyrobów i technologii spożywczych. I nic dziwnego — targi te odwiedza prawie 34 tysiące profesjonalnych zwiedzających: przedsiębiorców, właścicieli dużych sieci sklepów, hoteli, restauracji firm oraz zakładów spożywczych z krajów Unii Europejskiej, ale także państw Nowej Europy. Ci ostatni szczególnie zainteresowani są nawiązaniem kontaktów handlowych z europejskimi dostawcami maszyn i urządzeń dla przemysłu spożywczego.

Targi Polagra-Tech, podzielone są na pięć specjalistycznych salonów tematycznych. W lata parzyste wystawcy prezentują maszyny i urządzenia dla przemysłu spożywczego, mleczarskiego oraz piekarskiego i cukierniczego, natomiast w lata nieparzyste dla przemysłu spożywczego, mięsne-

go oraz urządzenia chłodnicze, klimatyzacyjne i grzewcze. W obszarze Europy Wschodniej nadal widoczne jest duże zapotrzebowanie na tego typu produkty. Dlatego każdego roku targi Polagra-Tech odwiedza liczna reprezentacja Rosji, Litwy, Łotwy, Ukrainy i Białorusi, ale także przedstawiciele Czech, Węgier i Słowacji. Dzięki tak zróżnicowanej strukturze zwiedzających targi te są swego rodzaju biznesowym pomostem łączącym Starą i Nową Europę. — Jeśli chodzi o tegoroczne targi, to do tej pory zgłosiło się do nas o 30 proc. więcej firm aniżeli w analogicznym okresie roku ubiegłego. Ponadto większość firm, które zgłosiły swój udział zamówiło niemal dwukrotnie większą powierzchnię. Polagra-Tech to przede wszystkim targi, na których firmy prezentować będą najnowsze technologie, maszyny, linie produkcyjne, nowe receptury. Wystawcy na swoich stoiskach prowadzić będą pokazy dla zwiedzających oraz demonstrować pracę maszyn i urządzeń. Ponadto we współpracy z izbami, stowarzyszeniami i partnerami branżowymi organizujemy bardzo ciekawy program wydarzeń. W jednym miejscu i czasie można tu dokonać przeglądu najnowszych technologii, poszerzyć wiedzę, zadać nurtujące nas pytania i wymienić doświadczenia. Jest tutaj wszystko, co może pomóc zwiedzającym w podjęciu właściwych decyzji handlowych — mówi Joanna Jasińska dyrektor targów Polagra-Tech.

Natomiast Targi Polagra-Food, jako największe targi spożywcze i gastronomiczne w krajach Nowej Europy każdego roku jeszcze powiększają liczbę zarówno

wystawców, jak i zwiedzających. Targi podzielone są na pięć specjalistycznych salonów: gastronomii, wyrobów spożywczych i napojów, win i alkoholi, wyposażenia sklepów oraz franchisingu. Szczególnie intensywnie rozwija się Salon Gastronomii: — Bardzo cieszy nas, że sektor ten tak dynamicznie się rozwija na naszych targach. Z roku na rok przybywa wystawców, profesjonalnych zwiedzających i barwnych wydarzeń cieszących się bardzo dużym zainteresowaniem. Wśród tych najważniejszych, które w tym roku odbędą się w ramach Salonu Gastronomii trzeba wymienić: finał konkursu Kulinaryny Puchar Polski, finał konkursu kulinarnego Primerba Cup, finał konkursu Wielkopolski Kucharz Roku, Mistrzostwa Polski Cukierników w kategorii Desery, konkursy wędliniarskie, wyspy kawowe oraz kilka zupełnie nowych wydarzeń, które zainaugurujemy dopiero w tym roku. Mam tu na myśli Olimpiadę Kawy, czyli pierwsze w Polsce drużynowe mistrzostwa sieci kawowych, Akademię Kawy, pokaz tajników kuchni molekularnej oraz dwa wydarzenia, które organizujemy specjalnie dla tej części branży, która boryka się z brakiem, nowej, młodej i wykwalifikowanej kadry. Wychodząc więc naprzeciw oczekiwaniom firm gastronomicznych coraz więcej uwagi poświęcamy młodzieży, której dedykowany będzie ostatni dzień targów (18 września), zwany Dniem Młodej Gastronomii. Tego dnia zapraszamy młodzież szkół gastronomicznych oraz wspólnie z wystawcami przygotowujemy dla niej specjalny program — mówi Hanna Skrzypczak, dyrektorem targów Polagra-Food.

Międzynarodowa konferencja Ministrów Rolnictwa

15 września w Poznaniu, podczas Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food oraz Międzynarodowych Targów Technologii Spożywczych Polagra-Tech, planowana jest międzynarodowa konferencja Ministrów Rolnictwa, połączona z dyskusją panelową. Tematem konferencji będzie: „Współistnienie różnych modeli rolnictwa”. Inicjatorem spotkania jest Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi — Marek Sawicki. Do udziału w spotkaniu

zostaną zaproszeni ministrowie rolnictwa z różnych krajów, w tym nie tylko krajów członkowskich Unii Europejskiej. Zaproszeni goście dyskutować będą o modelach rolnictwa, które rozpowszechniły się w ich krajach.

Targi pod patronatem:



Welcome to the International Pavilion

Wspólne wystąpienia międzynarodowe po raz kolejny zagospodarują na wrześniowych targach Polagra-Food. Już dziś wiadomo, że pod szyldem Pawilonu Narodów zaprezentują się firmy z Hiszpanii, Niemiec, Grecji, Austrii, Turcji, Chin, Litwy, Czech, Słowacji oraz Sri Lanki.

Oficjalnym organizatorem hiszpańskiego wystąpienia będzie tradycyjnie Icxex (Instituto Espanol de Comercio Exterior), ale w gronie wystawców pojawią się i tacy, którzy swoją ofertę na targach Polagra-Food będą prezentować po raz pierwszy, na przykład Austria. Franz Ernstbrunner reprezentujący Austrian Federal Economic Chamber (Główną Izbę Ekonomiczną Austrii) wiąże z wyjazdem na wrześniowe targi duże nadzieje: — Austriackie firmy widzą duży potencjał na polskim rynku żywnościowym. Polagra-Food będącym miejscem handlowych wystąpień umożliwi kontakt z potencjalnymi polskimi partnerami biznesowymi oraz pozwala na prezentację austriackiej żywności i napojów. Natomiast nasz południowy sąsiad — Słowacja będzie reprezentowana przez Agrokomplex oraz jego sześć podwystawców — producentów mięsa, alkoholi oraz ciasteczek. Nie zabraknie także słowackiej instytucji zajmującej się badaniem żywności, a głównym wystawcą będzie Ministerstwo Rolnictwa Republiki Słowacji. Podczas wrześniowych targów już po raz kolejny zaprezentują się także dwie największe greckie organizacje. Pierwszą z nich będą Międzynarodowe Targi Tesaloniczkie (Thessaloniki International Fair). TIF stara się promować greckie firmy w sposób bardziej zorganizowany, głównie poprzez tworzenie grupowych stoisk prezentujących osiągnięcia kilku lub kilkunastu greckich przedsiębiorców. Drugą organizacją reprezentującą Grecję będzie HEPO, czyli Grecka Rada Handlu Zagranicznego działająca



fot. B. Ziemowska

pod nadzorem greckiego Ministerstwa Gospodarki i Finansów. O promocję Francji zadba Ubi-france (Francuska Agencja ds. Międzynarodowego Rozwoju Przedsiębiorstw), będąca wiodącym publicznym partnerem firm francuskich w ich działaniach eksportowych. Natomiast włoskie wystąpienie organizuje firma Europappresentanze razem z Imec Italian Food z Łodzi. Zapowiadają one szeroko zakrojoną promocję włoskiej kuchni, szczególnie przetworów, ryb, lodów, a także dań świeżych i mrożonych oraz oczywiście włoskich serów i makaronów. W Pawilonie Narodów w tym roku nie zabraknie również Rady Herbacianej Sri Lanki, która chce promować znany już w Polsce znak Ceylon Tea. Tradycyjnie pojawi się także przedstawiciel Chin — Shanghai oraz Turcji — Senexpo. — Właśnie te targi za każdym razem stwarzają wystawcom niepowtarzalne możliwości, które procentują przez długie lata — twierdzi Kiler Yildimir Przedstawiciel Senexpo.

Ponadto organizatorzy targów Polagra-Food planują stworzyć dla krajów Nowej Europy przestrzeń specjalną, gdzie pod jednym wspólnym szyldem kraje te będą mogły zaprezentować swoją ofertę reszcie świata. Projekt „Wyspa Nowej Europy” cieszy się dużym zainteresowaniem — swój udział w nim zapowiedziały już Litwa, Łotwa, Estonia, Czechy oraz Rumunia.

Kuchnia z najwyższej półki

Do najbardziej prestiżowego konkursu kulinarnego w Polsce — Kulinarnego Pucharu Polski — pozostało niespełna sześć miesięcy. Kucharze chcący wziąć w nim udział, muszą najpierw wygrać jeden z dziesięciu renomowanych konkursów kulinarnych. Najlepszy polski kucharz zostanie wyłoniony 17 września w Poznaniu podczas targów Polagra-Food. Już teraz rozpoczęła się rywalizacja kulinarnych mistrzów, ale nie tylko — mieć w swoim zespole jednego z najlepszych kucharzy w Polsce to prawdziwy prestiż również dla restauracji.

Na półmetku

Kucharze pretendujący do tytułu najlepszego polskiego kucharza muszą przygotować określone wcześniej danie główne oraz przekąskę. Wybór sposobu przygotowania potraw pozostawiony jest całkowicie konkursowym ekipom. Ku-



Zwycięzcy Kulinarnego Pucharu Polski 2007: Tomasz Purol i Daniel Olas

linarnym zmaganiom przygląda się międzynarodowe jury. Do tegorocznego konkursu już zostali nominowani: Maciej Woźniak (WTT Kortowo, Poznań), zwycięzca konkursu Wielkopolski Kucharz Roku. Marcin Szukaj (Restauracja Dolce Vita, Bydgoszcz), laureat konkursu Primerba Cup 2007, Tomasz Siedlik (Hotel HP Park, Poznań), zwycięz-

ca konkursu Profesjonalista Roku 2007 — PPH&R, Janusz Zabągło (Restauracja Łoża — Klub Aktora, Kraków) — laureat VII Arte Kulinaria Italiana 2008 oraz Daniel Uliczny (Hotel Le Regina) zwycięzca konkursu L' Art de la cuisine Martell 2008. Na rozstrzygnięcie czekają jeszcze konkursy kulinarnie: Zielone Czapki Bonduelle 2008, Olim-

piada Smaku 2008, Festiwal Kuchni Greckiej 2008, X Festiwal Ryby, Wędków i Muzyki Sielawa Blues oraz Gala Tur-Gastro-Hotel 2008.

Zanim zaczniesz się bój pracodawców

Zwycięzca otrzymuje wysoką nagrodę pieniężną i możliwość wyjazdu na szkolenie do prestiżowego Instytutu Paula Bocuse w Lyonie. Ale to nie wszystko. Jerzy Pasikowski, przewodniczący komisji sędziowskiej konkursu, jeden z założycieli Klubu Szeffów Kuchni, trener Polskiej Reprezentacji na Puchar Świata w Luksemburgu 2002, podsumowuje to tak: — Konkurs ten jest przede wszystkim szansą dla bardzo młodych ludzi, którzy już mają jakieś sukcesy w promowaniu swoich umiejętności i dobrze znają swój kunszt zawodowy. Z tego, co obserwuję na przestrzeni kilku lat rozgrywania Kulinarnego Pucharu Polski, to o pierwsze trzy zwycięskie ekipy (ale nie tylko) rozpoczynają się potem prawdziwy bój pracodawców.

Patronat honorowy nad konkursem objęli: Klub Szeffów Kuchni oraz Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szeffów Kuchni i Cukierni, a patronat medialny: „Przegląd Gastronomiczny”, Restaurator oraz portal gastronomiczny www.gastrona.pl.

Sponsor generalny:



Rozwiązania dla gastronomii

Organizatorzy:



Dwa Dni dla Dystrybucji

Cykl konferencji, wykładów, seminariów i paneli dyskusyjnych odbędzie się w dniach 16 i 17 września w Poznaniu w ramach wydarzenia „Dwa Dni dla Dystrybucji” organizowanego podczas targów Polagra-Food 2008. Przygotowany zakres tematyczny spotkań może zainteresować nie tylko dystrybutorów, ale także osoby związane z szeroko rozumianym handlem.

Zasady aranżacji i wyposażenia sklepów

Seminarium pod takim tytułem odbędzie się w ramach konferencji „Handel tradycyjny też może być nowoczesny”. Konferencję poprowadzą cenieni trenerzy z renomowanych firm szkoleniowych oraz doświadczeni praktycy z Makro Cash&Carry. Dostawcy sprzętu będą mówić o najnowszych trendach oraz wymaganiach rynku w zakresie wyposażenia i aranżacji sklepów. Nie zabraknie także praktycznych wskazówek i porad z zakresu: zasad doboru asortymentu, sprzętu kasowego i oprogramowania, regałów sklepowych, wag, urządzeń chłodniczych, ekspozytorów, systemów oświetleniowych oraz systemów monitoringu. Poruszone zostaną również praktyczne aspekty związane z wdrożeniem i funkcjonowaniem systemu HACCP, finansami placówek handlowych, merchandisingiem oraz skutecznymi sposobami wyróżnienia się na tle konkurencji.

Seminarium będzie podzielone na dwie części posiadające odrębny program: „Zaplanuj z nami sklep” i „Wyposaż z nami sklep”. Zaproszenie do udziału w seminarium jest kierowane zarówno do przedstawicieli sieci handlowych, jak i niezależnych detalistów, którzy właśnie zastanawiają się nad wymianą mebli lub urządzeń w swoim sklepie.

Organizatorzy: *Wiadomości Handlowe, Makro Cash&Carry, MTP*

Produkty, które wstrząsnęły światem

„Coca-Cola”, „Marlboro” czy „I-Pod” — co spowodowało, że te właśnie marki zna cały świat?

Zaproszeni na konferencję specjaliści zdradzą tajemnicę sukcesu najbardziej znanych na świecie produktów. Omówią także polskie hity handlowe. Organizatorzy zapowiadają spotkania z gwiazdami marketingu, potrafiącym wypromować niemal każdy produkt.

Organizatorzy: *Magazynu Handlowiec Info, MTP*

Nowe produkty — szansa na sukces, czy widmo porażki

Organizatorzy tej konferencji będą próbowali odpowiedzieć na pytanie: co wpływa na to, że jednym produktem udaje się odnieść sukces rynkowy, zyskać wiernych klientów i zająć stałe miejsce na sklepowych półkach. Inne natomiast mimo wielkich nakładów organizacyjnych i finansowych znikają z rynku i pozostają złym wspomnieniem w życiorysach marketerów?

Gusta klientów zmieniają się, a ich oczekiwania rosną. Dlatego samo wyprodukowanie nowego produktu to nie wszystko. Aby się sprzedał, konsumenci muszą się o nim dowiedzieć, muszą go znaleźć na półce (dystrybucja, merchandising, BTL, wyróżniający projekt opakowania), i ostatecznie chcieć wydać pieniądze na jego zakup. A czego oczekują producenci od detalistów we wprowadzaniu nowości na rynek? Jaki model współpracy między producentem, a detalistą gwarantuje sukces rynkowy nowego produktu? Jaka w sukcesie lub porażce jest rola pośrednika, dystrybutora, czy hurtownika? Odpowiedzi na te pytania będzie można znaleźć właśnie podczas konferencji.

Organizator: *Detal Dzisiaj Network, MTP*

Konferencja „Marki własne”

Bardzo duże zainteresowanie ubiegłoroczną konferencją dedykowaną markom własnym stało się powodem kontynuowania tego tematu również w roku 2008. Ambicją organizatorów Polagry-Food jest znalezienie odpowiedzi na pytania nurtujące zarówno właścicieli marek własnych, jak również tych, którzy produkują pod szyldem dużych sieci handlowych. Również w tym roku, aby ułatwić biznesowy dialog między nimi, przewidziano oznaczenie stoisk znakiem — „marka własna”.

W przeciągu kilkunastu najbliższych lat prawdopodobnie nastąpi dynamiczny wzrost udziału private labels w rynku i wypieranie marek najpierw małych, lokalnych producentów, potem średnich, ogólnopolskich. Co robić w takiej sytuacji? Czy, a jeśli tak to kiedy, zrezygnować z własnej, słabszej marki? Dla kogo marki własne są szansą, a dla kogo zagrożeniem?

Odpowiedzi na te pytania będzie można znaleźć podczas wrześniowej konferencji.

Organizatorzy: *MediaDem, Handel, MTP*

Współpraca z sieciami wielkopowierzchniowymi

Możliwości rozwoju firm przy współpracy z sieciami wielkopowierzchniowymi — to tytuł kolejnej konferencji, która odbędzie się podczas wrześniowych targów Polagra-Food. Handlowe sieci wielkopowierzchniowe obecne są w wielu krajach świata, przez co stały się dystrybutorami o bardzo dużych możliwościach zbytu. Współpraca z nimi otwiera przed przedsiębiorcami międzynarodowe rynki, które stwarzają producentom żywności nieporównywalnie większe możliwości niż te, które mają w Polsce. Odrębnym tematem, o stale rosnącym znaczeniu, są należące do sieci

wielkopowierzchniowych marki własne. Z jednej strony pozwalają one producentom na zwiększenie produkcji. Z drugiej natomiast, mają strategiczne znaczenie w budowaniu lojalności klienta wobec danej sieci. We współpracy producentów z dużymi sieciami ważna jest strategia działania. Należy między innymi znaleźć partnerów handlowych, zaplanować działania i rozebrać rynek. Dla niedużej firmy jest to naprawdę trudne zadanie.

Organizatorzy: *Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji (POHiD), SITSpół, MTP*

XIV Forum Rzeźników i Wędliniarzy

Handel z krajami trzecimi, jakość wyrobów mięsnych i wędliniarskich oraz marketing i reklama w branży to tematy, jakie będą omawiane podczas XIV Forum Rzeźni-

ków i Wędliniarzy, które odbędzie się podczas wrześniowych targów Polagra-Food. Panele dyskusyjne przygotuje i poprowadzi Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.

Jak zdobyć rynki Unii Europejskiej?

O możliwości ekspansji produktów branży owocowo-warzywnej na rynki Unii Europejskiej i krajów trzecich będą rozmawiać uczestnicy panelu dyskusyjnego organizowanego w ramach targów Polagra-Food.

Polska jest największym w Unii Europejskiej producentem owoców miękkich. Ma w nim około 2/3 udziału. W produkcji koncentratu jabłkowego

zajmujemy drugie miejsce w świecie (za Chinami) i pierwsze w UE z ok. 50 proc. udziałem w rynku. Podobny udział w rynku unijnym mamy w produkcji zagęszczonych soków z owoców miękkich oraz w produkcji mrożonek z owoców i warzyw. Ponadto branża owocowo-warzywna w Polsce wykazuje ostatnio szybkie tempo wzrostu, ale jak radzi sobie na wspólnym europejskim rynku i rynkach światowych?

Czy wykorzystuje wszystkie możliwości ekspansji produktów owocowych i warzywnych? Czy właściwie polskie specjalności branżowe są właściwie promowane? Co należy w tym zakresie poprawić? Odpowiedzi na te pytania na pewno uda się znaleźć podczas wrześniowych targów.

Organizatorzy: *Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny, MTP*

VII Krajowy Szczyt Mleczarski

Produkty nowej generacji oraz nowoczesne technologie i usługi dla mleczarstwa to tematyka, wokół której skupią się uczestnicy siódmej edycji Krajowego Szczytu Mleczarskiego. Konferencja ta odbędzie się we wtorek 16 września w pawilonie szóstym (sala na I piętrze).

Od lat organizatorzy KSM kierują się zasadą, że szybkie wdrażanie sprawdzonych nowości poprawia konkurencyjność firmy na rynku. Stąd ważna jest dbałość o to, aby nowatorskie idee jak najszybciej docierały do firm mleczarskich. Dlatego również w tym roku dokonany zostanie przegląd nowoczesnych technologii, produktów i usług — szczególnie tych, które przeznaczone są do natychmiastowego zastosowania w mleczarstwie. Co więcej, podczas konferencji, zostaną zaprezentowane przykłady ich wykorzystania w praktyce.

Prelegentami będą najwybitniejsi przedstawiciele nauki i praktycy, którzy w zwięzły, przystępny i bardzo interesujący sposób przybliżą słuchaczom te istotne zagadnienia.

VII Krajowy Szczyt Mleczarski to propozycja dla wszystkich, którzy interesują się mleczarstwem lub traktują mleczarstwo jako swój rynek docelowy. Tematyka konferencji jest kierowana szczególnie do zarządów, rad nadzorczych, działów marketingu, działów technicznych, technologicznych i zaopatrzenia wszystkich firm mleczarskich w Polsce.



Program konferencji*:

Część I — Otwarcie konferencji
11.00-11.05 Powitanie uczestników;

11.05-11.15 Premiera książki Polski Sektor Mleczarski na rok 2009;

Część II — Nowe technologie dla mleczarstwa

11.15-11.45 Przegląd najnowszych technologii oferowanych dla mleczarstwa;

11.45-12.15 Przykład zastosowania nowej technologii dla mleczarstwa;

Część III — Nowoczesne usługi dla mleczarstwa

12.15-12.45 Przegląd nowoczesnych usług oferowanych dla mleczarstwa;

12.45-13.15 Przykład zastosowania nowego produktu dla mleczarstwa;

Część IV — E-biznes w mleczarstwie

13.15-13.45 Nowoczesne tendencje wykorzystania Internetu;

13.45-14.15 Wykorzystanie Internetu w sektorze mleczarskim;

Część VI Zakończenie

14.15-14.30 Finał konkursu „Najładniejsza strona internetowa polskiego mleczarstwa”;

*stan na dzień 20.03.2008 r.

Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności

W dniach 15-17 września 2008 r. już po raz czwarty odbędzie się Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności. Na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich swoją ofertę zaprezentują producenci, eksporterzy i importerzy m. in. dodatków przedłużających trwałość żywności, regulatorów kwasowości, substancji zagęszczających i żelujących, substancji smakowych i zapachowych, barwników, preparatów białkowych, witamin oraz składników mineralnych.

„Targi w Poznaniu to coroczne wielkie wydarzenie nie tylko dla tego miasta, ale przede wszystkim dla moich kolegów i koleżanek z branży piekarskiej i cukierniczej. Tu warto być. Tu po prostu trzeba być. (...) W czasie ich trwania można zapoznać się z nowymi technikami i technologiami produkcji. Można także dokonać decyzji

„Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych Polagra — Tech to najważniejsze w Polsce i jedna z najbardziej znaczących w Europie Środkowo — Wschodniej branżowych imprez targowych. (...) Targi te są również doskonałym przyczynkiem do spotkań ze znajomymi z branży, wymiany pomysłów, ciekawych spostrzeżeń, dzięki cze-

Dodatki do żywności nie są produktem masowym, dlatego Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności odbywa się w formule „business to business” i wstęp na jego teren mają, po uprzedniej rejestracji, właściciele i managerowie zakładów przemysłu spożywczego, technolodzy produkcji, przedstawiciele hurtowni oraz centrów dystrybucji. Tak przyjęta formuła zapewnia maksymalny komfort i efektywność spotkań oraz ułatwia producentom żywności dotarcie do interesujących ich ofert.

Z roku na rok zwiększa się zainteresowanie Salonem, co przedkłada się na liczbę wystawców i zwiedzających. Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności został też zauważony i doceniony przez władze państwowe. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi objął swym honorowym patronatem, rozstrzygany podczas targów, konkurs „Dodatek przyjazny konsumentowi”.

Wojciech Hoffmann

Prezes Polskiej Izby Dodatków do Żywności



„Targi pozwalają także poszerzyć wiedzę, m.in. podczas profesjonalnie przygotowanych paneli branżowych. (...)

Tutaj spotykamy się z producentami surowców, maszyn i urządzeń. Czyli z wszystkimi, którym zależy na rozwoju piekarstwa (...) Do zobaczenia na targach Polagra-Tech 2008.

Stanisław Butka

o zakupie wielu nowoczesnych maszyn i urządzeń, niejednokrotnie po bardzo korzystnej

mu poziom cukiernictwa w Polsce stale rozwija się, osiągając wysoki, światowy poziom. (...)

Ogromną zaletą tych targów jest spokojna i przyjazna atmosfera. Ponadto doskonały program wydarzeń towarzyszących wraz z prezentacjami, konkursami, warsztatami nadają tej imprezie specyficznego charakteru. Dzięki nim stają się czymś w rodzaju światowej i europej-

skiej cukierniczej rewii mody i trendów.



Edward Gruszecki

Dowiedz się więcej

Targi Polagra-Tech będą okazją do poszerzenia wiedzy w zakresie najbardziej aktualnych tematów związanych z prowadzeniem nowoczesnej firmy. Wśród bogatego programu konferencji i seminariów znalazły się panele dyskusyjne dotyczące m.in. pozyskiwania funduszy z Unii Europejskiej oraz budowania przewagi konkurencyjnej firm spożywczych.

Fundusze unijne dla piekarzy i cukierników

„Możliwości dofinansowania projektów szkoleniowych i inwestycyjnych dla przedsiębiorstw branży piekarsko-cukierniczej w ramach programów operacyjnych na lata 2007-2013” to tytuł panelu, który ma pomóc przedsiębiorcom w skutecznym aplikowaniu o dotacje unijne oraz uchronić ich przed niepotrzebnym trudem związanym z przygotowaniem dokumentacji. Natłok informacji dotyczący funduszy unijnych jest tak duży, że wielu przedsiębiorców wychodzi z założenia, że Unia rozdaje pieniądze



wszystkim i na wszystko. Prawda natomiast jest taka, że przedsiębiorcy mogą liczyć na dotacje tylko w sytuacji, kiedy inwestycja wpisuje się w szczegółowe kryteria danego programu.

Analizę szans i możliwości należy rozpocząć od precyzyjnego określenia z jakich programów przedsiębiorcy działający w branży piekarskiej i cukierniczej mogą korzystać realizując inwestycje.

Fundusze unijne na lata 2007-2013 podzielone są na programy krajowe i regionalne. Jest to

zasadnicza różnica w stosunku do poprzedniego budżetu. W ramach nowego budżetu unijnego tylko duże inwestycje (powyżej 8 mln złotych), o wysokim potencjale innowacyjnym będą wdrażane na szczeblu krajowym. Natomiast wszystkie pozostałe realizowane będą w ramach programów regionalnych. W trakcie spotkania panelowego zostanie zaprezentowany sposób przygotowania projektu inwestycyjnego, aby miał on szansę na uzyskanie wsparcia ze

środków Unii Europejskiej. Znaczna część panelu zostanie poświęcona na dyskusję i wyjaśnienia kompetentnych ekspertów.

Organizatorzy: „Przegląd Piekarski i Cukierniczy”, SITSpoż, MTP

Budowanie przewagi konkurencyjnej firm spożywczych

Uczestnicy panelu dyskutować będą o konkurencyjności firm spożywczych oraz budowaniu ich przewagi nad innymi uczestnikami rynku. Najlepszą gwarancją sukcesu rynkowego jest zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Wpływa na to kilka czynników, zwanych czynnikami sukcesu. Właściwe rozpoznanie tych czynników (m. in. przez przeprowadzenie tzw. benchmarkingu, czyli porównanie własnej działalności z działalnością podmiotów osiągających najlepsze wyniki) zwiększa konkurencyjność firmy. Czynnikiem sukcesu są między innymi: wizerunek firmy i jej produktów (renoma firmy i mar-

ka produktu, nowoczesność i atrakcyjność produktu, wysoka jakość produktu, niska cena produktu), umiejętności techniczne i wartość technologii (wykwalifikowani pracownicy, nowoczesna technologia), pozycja firmy na rynku (wielkość produkcji, elastyczność produkcji, dostępność produktu, dopasowana sieć i systemu sprzedaży, wielkość eksportu), pozycja firmy w dziedzinie kosztów (niskie koszty jednostkowe, dostęp do surowców), rentowność i potencjał finansowy (dobra sytuacja ekonomiczna, dostęp do środków finansowych, zrównoważony i rozwojowy portfel produktów), poziom organizacji i zarządzania (duża aktywność rozwojowa, szybkość i elastyczność działania). O tych czynnikach istotnych przy budowaniu przewagi konkurencyjnej firm branży spożywczej, będą dyskutować eksperci zaproszeni przez redakcję „Przemysłu Spożywczego”.

Organizatorzy: „Przemysł Spożywczy”, SITSpoż, MTP