

Kontraktacje i jubileusze w tysiącu odcieni zieleni

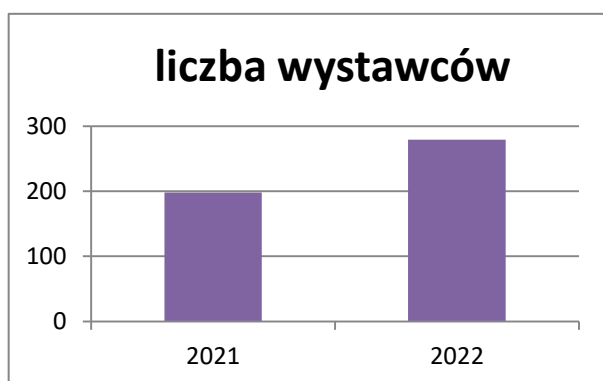
– targi Gardenia 2022 za nami!

W dniach 17-19 listopada na Międzynarodowych Targach Poznańskich odbyła się Gardenia – największe wydarzenie dla branży ogrodniczej w Polsce. Formuła biznesowa, którą Gardenia coraz silniej przyjmuje, nadała tempa przygotowaniom do kolejnego sezonu – zarówno pod kątem asortymentu dostępnego dla branży, jak i wiedzy niezbędnej do świadomego projektowania zieleni.

Gardenia – najważniejsza impreza sektora ogrodniczego w Polsce i jedna z najbardziej rozpoznawalnych w Europie

Mijający rok dowiódł, że spodziewać się można – w każdym aspekcie – wyłącznie niespodziewanego. Również branża ogrodnicza, licząc na stabilizację po okresie pandemii, stanęła w obliczu nowego wyzwania – przerwanych łańcuchów dostaw i trudnego otoczenia ekonomicznego. Tegoroczna edycja targów Gardenia dowiodła jednak, że jedynie aktywne działanie i dążenie do rozwoju mimo przeciwności może przynieść pozytywny skutek. Uczestnicy targów spotkali się z żywym zainteresowaniem projektowaniem i utrzymywaniem zieleni, które szczęśliwie nie mija po pandemicznym zrywie, i choć nie jest już tak silne, to nadal nic nie wskazuje na załamanie tego trendu. Zdecydowanie liczniej, w porównaniu do ubiegłego roku, w Gardenii uczestniczyły szkółki roślin, które w czasie targów mogły liczyć na rzeczowe rozmowy i przełożyć wysiłek włożony w przygotowanie ekspozycji na konkretne umowy w kolejnym roku, co jest niezwykle ważne w kontekście konieczności poszukiwania nowych odbiorców i partnerów biznesowych. **Liczba szkółek prezentujących swoje produkty wzrosła względem ubiegłego roku aż dwukrotnie.**

Tegoroczna edycja targów Gardenia odbyła się na przestrzeni pawilonów 5 i 6, czyli dwóch największych hal na terenie MTP. Powierzchnia ekspozycyjna wzrosła względem ubiegłego roku o ok. 1500 m² – wystawcy chętniej, niż w 2021 r., zgłaszali swój udział, a rezygnacje z uczestnictwa stanowiły mniej niż 1% ogólnej liczby zgłoszeń.

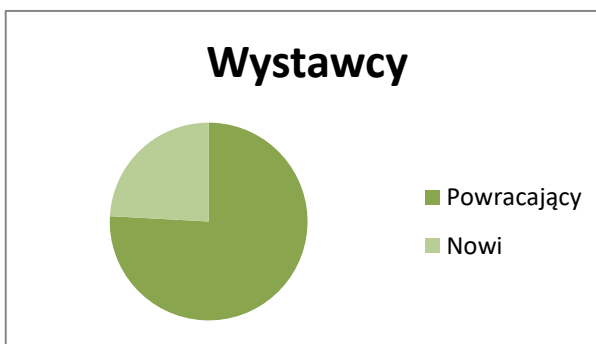


Swoje stoiska zaprezentowało aż **274 wystawców**, zarówno jako indywidualne, jak i łączone ekspozycje. Stanowi to **38% wzrost w liczbie wystawców** względem ubiegłego roku, dając dowód na ciągłe, konsekwentne odbudowywanie pozycji targów jako przestrzeni promocji i nawiązywania relacji biznesowych po okresie pandemii. Organizatorzy są świadomi, że nie jest to powrót do stanu sprzed pandemii, ale przywołana statystyka daje podstawy do

przypuszczenia, iż targi Gardenia będą dla branży ogrodniczej nadal bardzo istotnym punktem w kalendarzu promocji i szansą na zwiększanie rozpoznawalności marki oraz działaniem przekładającym się na przychód w kolejnym roku.

Tegoroczna edycja Gardenii była również niezwykle popularna wśród **nowych firm**, debiutujących na Międzynarodowych Targach Poznańskich. Wśród wystawców znalazło się aż **71 takich przedsiębiorstw**.

łącznie, Targi Gardenia miały przyjemność gościć **wystawców z 12 krajów** (Belgia, Chiny, Czechy, Francja, Grecja, Holandia, Liwa, Łotwa, Niemcy, Wielka Brytania, Ukraina).



Rynek ogrodniczy w Polsce to atrakcyjny partner biznesowy dla kontrahentów Europy Zachodniej i Skandynawii. Rodzime szkółki roślin dostarczają materiał do niemal każdego zakątka świata. Zagraniczni wystawcy obecni na Gardenii podzielili się także spostrzeżeniami, że w Polsce cenią nie tylko zróżnicowany asortyment i wysoką jakość produktów i roślin, ale także dostrzegają ogromny potencjał wśród młodych ludzi, którzy za chwilę wejdą na rynek pracy i staną się konsumentami – ich zainteresowanie i zaangażowanie w ocenie rozmówców jest fenomenem na skalę Europy.

Targi Gardenia odwiedziło łącznie **12 067 uczestników z 23 państw Europy i Świata**, w tym w największej liczbie z Austrii, Belgii, Czech, Danii, Finlandii, Francji, Niemiec, Hiszpanii, Holandii, Włoch, Norwegii, Słowenii, Szwecji i Ukrainy. Na targach stawili się przedstawiciele z większości sieci handlowych i dystrybucyjnych oraz największe centra ogrodnicze: Bricomarche, Auchan, Lidl, PSB Mrówka, Materiały Budowlane Wesotek, Jucca, Dino Polska, Smurfit Kappa, Puratos, British American Tobacco Polska, Leroy Merlin, Obi, Bricoman czy Jula. Wśród zwiedzających znaleźli się również uczestnicy **programu Hosted Buyers** z krajów takich jak: Szwecja, Dania, Finlandia, Norwegia, Łotwa, Litwa, Estonia, Słowacja, Czechy, Słowenia, Austria, Niemcy, Wielka Brytania, Rumunia, Ukraina.

Ważnym aspektem tegorocznych targów GARDENIA była silna obecność centów ogrodniczych, przede wszystkim tych zrzeszonych w Polskim Stowarzyszeniu Centrów Ogrodniczych oraz Grupie Zakupowej DCO. PSCO w czasie targów GARDENIA świętowało swoje 25-lecie, z tej okazji gromadząc Członków na Walnym Zgromadzeniu oraz zapraszając na uroczystą kolację właścicieli centrów ogrodniczych. Swoją jubileusz świętowała również firma W.Legutko (30-lecie), Stowarzyszenie Florystów Polskich (10-lecie) oraz Floral Academy Piotr Sekunda (10-lecie), a to tylko niektóre z ważnych okazji, które mogliśmy celebrować wspólnie w czasie Gardenii.

Ekologia jako nowy standard

Tematem przewodnim tegorocznej edycji targów Gardenia był „ekologiczny ogród”, który z silnego trendu stał się dominantą rozwoju branży ogrodniczej. Ekspozycja wystawców skierowana była na innowacje technologiczne, poszukiwanie optymalizacji produkcji, zwiększenie nacisku na wielofunkcyjność i serwis maszyn oraz narzędzi, zwiększanie świadomości konsumentów. Wśród licznych przykładów warto przywołać przede wszystkim **dziesięciu Złotych Medalistów XVI edycji Gardenii**, a wśród nich Anielskie Ogrody i geo-kopuły uprawowe, które stwarzają idealne warunki do ekologicznej uprawy roślin, wielozadaniowe i wytrzymałe miniładowarki Avant 645i, folię ściółkującą producenta Agrimpex - biodegradowalną i kompostowalną w glebie, czy pakiet deszczowy BOLT 3000 D z pompą od MARSEPLAST – urządzenie służące do magazynowania i wykorzystania zgromadzonej wody deszczowej.

Spotkania profesjonalistów, które procentują przez lata

Nowe kompetencje zarówno projektantów, jak i zarządców zieleni są kluczowe dla branży, ponieważ budują jej przyszły potencjał i prowadzą rozwój w kierunku nowoczesnego i świadomego aranżowania ogrodów i miejskich terenów zielonych. W czasie licznych spotkań, debat i konferencji specjaliści dzielili się swoją wiedzą i doświadczeniem, a także rozpoczęli żywą dyskusję o pielęgnacji roślin w wielu wymiarach. Prelekcje w czasie Miejskiej Sztuki Ogrodowej dotyczyły „ekologii miasta”, czyli tak ważnych dla nas wszystkich procesów kształtowania przestrzeni miejskich. Dowiedzieliśmy się, jakie są plany i bolączki miast, jakie wyzwania stoją w tej materii zarówno przez urzędami, jak i projektantami. Konferencja Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Twórców Ogrodów i wykłady Federacji Arborystów Polskich to dobrze znany, mocny punkt każdej edycji Gardenii, które i tym razem zaangażowały Uczestników w tematykę opieki nad drzewami w przestrzeni publicznej i prywatnej, m. in. poprzez dyskusję o trudnym „konflikcie” gatunków obcych i rodzimych w ekosystemie. III edycja Areny Krajobrazu tradycyjnie już stała się przestrzenią prezentacji projektów o najwyższych standardach. Swoimi doświadczeniami podzielili się również zarządcy francuskich parków i terenów zielonych. Konferencja „Co z tą łąką?”, która odbyła się drugiego dnia Gardenii, to pierwsze tego typu wydarzenie w Polsce, w całości poświęcone dotychczasowym doświadczeniom zarządców i analizom naukowym dotyczącym miejskich łąk. Spotkania przedstawicieli zarządów zieleni, urzędów miast, samorządów, aktywistów i projektantów to niezwykle istotny aspekt targów Gardenia – to właśnie w czasie tych dyskusji rodzą się kierunki działania, owocujące konkretnymi ustawami i zarządzeniami dotyczącymi przestrzeni miejskich w Polsce.

Intensywna biznesowo końcówka roku

Branża stoi dziś przed wieloma wyzwaniami, na których czele znajdują się wysokie ceny nawozów, energii czy paliw, a także brak wystarczającej liczby pracowników. Niemniej, rosnące zainteresowanie ogrodami, uprawą ozdobnych roślin czy owoców powoduje, że branża ogrodnicza, i to mimo stosunkowo trudnego otoczenia rynkowego, radzi sobie całkiem nieźle. Nowy, listopadowy termin, to zmiana podyktowana sugestiami firm – schyłek sezonu letniego przynosi wnioski do budowania strategii i planowania działań w kolejnym roku. Spotkanie z branżą, w tym licznymi centrami ogrodniczymi, producentami i dystrybutorami asortymentu ogrodniczego umożliwia rzeczowe rozmowy, przekładające się na kontrakty i silne relacje w nadchodzących miesiącach. – *Gardenia jest najważniejszą w branży platformą biznesową, gdzie nawiązujemy kontakty z potencjalnymi autoryzowanymi przedstawicielami. Jest także idealną okazją do rozmów z użytkownikami urządzeń i maszyn do pielęgnacji ogrodów, poznania ich opinii oraz potrzeb, co inspiruje do trafnego kształtowania naszej oferty skierowanej do miłośników ogrodów i profesjonalistów* – wskazuje Paweł Porucznik, Dyrektor Generalny Aries Power Equipment.

Wierzymy, że rozmowy, które odbyły się w czasie tegorocznej Gardenii, nie odbyłyby się w innych warunkach i że staną się silną podstawą relacji biznesowych w kolejnym roku. Już teraz zapraszamy na kolejną edycję, która odbędzie się w dniach 23-25 listopada 2023 roku.