

20 lat Praskiej Giełdy Spożywczej

Rozmowa o rynkach hurtowych z **Prezesem Zenonem Daniłowskim**



NWE: Praska Giełda Spożywcza powstała 20 lat temu. Czy może Pan przypomnieć ówczesne realia handlu?

ZD: Z początkiem lat 90-tych w Polsce rodził się nowy system gospodarczy, w tym struktury rynków hurtowych. W roku 1991, w którym utworzona została Praska Giełda Spożywcza, nie było jasnych podziałów na hurt i detal. W tym czasie popularny był handel „wszędzie” i „czym się dało” z łózek i z pojazdów. Nikt nie uświadamiał sobie, że tworzymy rynek hurtowy. Pierwsze działania, które zostały podjęte, polegały na zorganizowaniu handlu artykułami rolnymi – owocami i warzywami. Stopniowo zaczęliśmy rozwijać działalność, udostępniając kupcom pawilony. Następnie zaczęły pojawiać się na Praskiej Giełdzie Spożywczej pierwsze, nieduże hurtownie z innymi produktami żywnościowymi. Bardzo dbaliśmy o to, aby nasza oferta była kompleksowa. Z końcem lat 90-tych na Giełdzie funkcjonowało około 400 podmiotów, które oferowały wszystko, co było potrzebne ówczesnemu spożywcemu punktowi detalicznemu.

Jak obecnie plasuje się pozycja polskich rynków hurtowych na tle światowych?

Polski handel hurtowy wygląda tak, jak polska gospodarka na tle innych państw – od niektórych jesteśmy lepsi, od innych gorsi. Często jestem pytany o to, czym różni się Praska Giełda Spożywcza od rynku hurtowego Rungis pod Paryżem. Odpowiedź jest

prosta – tym, czym różni się Warszawa od Paryża!

W Europie rynki hurtowe są podstawową infrastrukturą do dystrybucji świeżych produktów żywnościowych i zajmują w sumie 3,5 tysiąca hektarów powierzchni. Ich polskie odpowiedniki stanowią około 10% tego obszaru, czyli 350 ha, a Praska Giełda Spożywcza zajmuje 12 hektarów. Powierzchnia zadaszona w Europie to ponad 800 ha, a w Polsce odpowiednio 80 ha. W kwestii ilości sprzedających zajmujemy dość wysoką pozycję, ponieważ nasz rodzimy handel jest jeszcze relatywnie rozdrobniony. Według Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej obroty warzywami na rynkach hurtowych w Polsce wynoszą ogółem 2,6 mln ton rocznie, a wolumen owoców przekracza 1,4 mln ton.

A jak wygląda obecność giełdy na rynku warszawskim?

Pozycja Praskiej Giełdy Spożywczej na rynku warszawskim jest bardzo mocna. Dla przykładu szacuje się, że dziennie aglomeracja warszawska spożywa ok. 350 ton mięsa i jego wyrobów, z czego 100 ton dostarcza Praska Giełda Spożywcza. Ponadto mamy wysoki udział w obrocie nabiałem, produktami ogólnospożywczymi i rybami.

Jakie widzi Pan perspektywy?

Rynki hurtowe są bardzo potrzebne każdej polskiej aglomeracji. Nie zgodzę się ze stwierdzeniem, iż jest to schyłkowa forma dystrybucji. W dzisiejszych czasach wiele krajów przypisuje im znaczącą rolę w kształtowaniu modelu konsumpcji. Już Charles de Gaulle rozpoczął ten proces, tworząc rynek Rungis pod Paryżem, aby dostarczać mieszkańcom świeże, nieprzetworzone produkty o wysokich walorach smakowych i zdrowotnych. W Polsce odczuwamy brak świadomej, długookresowej polityki w zakresie modelu konsumpcji. Zapominamy, że rynki hurtowe umożliwiają także dystrybucję lokalnych, tradycyjnych i zdrowych wyrobów wytwarzanych przez drobnych producentów, wpływając na rozwój sektora małych przedsiębiorstw.

W Polsce odczuwamy brak świadomej, długookresowej polityki w zakresie modelu konsumpcji. Zapominamy, że rynki hurtowe umożliwiają także dystrybucję lokalnych, tradycyjnych i zdrowych wyrobów wytwarzanych przez drobnych producentów, wpływając na rozwój sektora małych przedsiębiorstw.

W Polsce odczuwamy brak świadomej, długookresowej polityki w zakresie modelu konsumpcji. Zapominamy, że rynki hurtowe umożliwiają także dystrybucję lokalnych, tradycyjnych i zdrowych wyrobów wytwarzanych przez drobnych producentów, wpływając na rozwój sektora małych przedsiębiorstw.

Na świecie zaobserwować można tendencje do wzrostu spożycia artykułów tradycyjnych i ekologicznych. Jak reaguje na to zjawisko Giełda?

Nasze działania zmierzają w kierunku tworzenia i promowania profesjonalnego kanału dystrybucji, w którym żywność przepływa od producenta przez hurtownika, zlokalizowanego na rynku hurtowym, do detalisty - restauracje, sklepy, catering - którzy dostarczają żywność konsumentom. Realia jeszcze odbiegają od tego modelu. Wielu producentów ma za małą podaż produktów i preferuje sprzedaż bezpośrednią podczas festynów. Ta forma występuje na całym świecie i jest ceniona przez klienta, ale by zwiększyć udział produktów tradycyjnych w diecie np. do 10% to sprzedaż bezpośrednia nie wystarczy, trzeba dotrzeć do sklepów. Mam nadzieję, że zarazimy tą ideą również decydentów

i doprowadzimy do tego, aby w przyszłej perspektywie budżetowej UE pojawiły się środki na wsparcie budowy kanałów dystrybucji żywności tradycyjnej i ekologicznej.

W jaki sposób rynki hurtowe w Polsce podążają za nowoczesnością?

Konieczność ciągłej modernizacji rynków hurtowych podyktowana jest z jednej strony wymogami prawa, z drugiej zaś potrzebami konkurencyjnymi. Uważam, że te instytucje dynamicznie się zmieniają i wprowadzają nowoczesne rozwiązania poprawiające bezpieczeństwo obrotu żywnością. Mimo, iż na rynkach produkty nie są magazynowane przez długi czas, hurtownicy inwestują w chłodziarnie. Jeżeli mowa o nowoczesności, to istotną kwestią jest również sprzedaż on-line, przyjmowanie elektronicznych zamówień od klientów.

Praca hurtowni na Giełdzie rozpoczyna się o godzinie 22:00, kiedy to przyjmowane są dostawy od producentów, następnie kompletowane są zamówienia do poszczególnych punktów detalicznych. O godzinie 5:00 z Praskiej Giełdy Spożywczej wyjeżdża kilkaset samochodów z towarem dla sklepów i res-

tauracji. To jest nowoczesne podejście do organizacji handlu.

Praska Giełda Spożywcza jest członkiem Stowarzyszenia Polskich Rynków Hurtowych i Międzynarodowego Stowarzyszenia Rynków Hurtowych. Czym zajmują się te organizacje?

Jestem przewodniczącym Rady Stowarzyszenia Polskie Rynki Hurtowe. Jako organizacja działamy na rzecz tworzenia odpowiednich warunków do rozwoju rynków, informowania o ich problemach, lobbowania na rzecz korzystnych rozwiązań prawnych. W czerwcu zorganizowaliśmy we współpracy ze Szkołą Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie konferencję pod hasłem „Miejsce w dystrybucji i główne czynniki rozwoju rynków hurtowych w Polsce”, na której został zaprezentowany raport o stanie rynków hurtowych i główne czynniki ich rozwoju.

Praska Giełda Spożywcza jest również członkiem Światowego Związku Rynków Hurtowych WUWM. Przynależy do niego kilkadziesiąt rynków z całego świata – Chin, Rosji, Brazylii, USA i Unii Europejskiej. Niedawno odbył się Kongres w Stambule, w którym

uczestniczyła nasza delegacja. Przy tej okazji chcę zwrócić uwagę na jeden z tematów poruszonych podczas kongresu – a mianowicie - nową strategię dla rynków hurtowych. Zakłada ona konieczność oferowania kompleksowej oferty produktów tak z rynków lokalnych, jak i z importu. Będąc w Brazylii poznałem żywność, której Polacy nie znają i nie wykorzystują w swoim menu. I tego typu produkty chcemy upowszechniać. Chcemy, aby produkty były odpowiednio wyeksponowane, ładnie opakowane i przede wszystkim smaczne.

Strategia ta zakłada wzbogacanie oferty usług rynku hurtowego o doradztwo, dowóz towarów do klienta oraz usługi gastronomiczne na terenie giełdy.

Na czym polega przewaga konkurencyjna rynku hurtowego nad halami typu Cash&Carry?

Można powiedzieć, iż występują cztery obszary, na których mamy przewagę konkurencyjną. Kupujący na rynku hurtowym ma interpersonalny kontakt ze sprzedawcą, może z nim porozmawiać, uzyskać radę, taka rozmowa daje poczucie bezpieczeństwa. Duża liczba sprzedających daje możliwość porównania cen produktów. Klient może zorientować się, jakie ceny oferuje mu poszczególny sprzedawca i wybrać te najkorzystniejsze. Ponadto bezpośredni kontakt z hurtownikiem umożliwia „targowanie się”, nazywane często prowadzeniem negocjacji cenowych.

Zaznaczyć należy, że między hurtowniami działającymi na Praskiej Giełdzie Spożywczej występują liczne synergie: mają wspólne zaopatrzenie w wodę, prąd, gospodarkę odpadami, co obniża koszty funkcjonowania.

Na powyższych przykładach można stwierdzić, iż rynki hurtowe mają silną pozycję konkurencyjną w stosunku do hal typu Cash&Carry.

Życząc kolejnych 20 lat działalności, chciałabym zapytać, jakie wyzwania stawiają Państwo przed sobą w najbliższych latach?

Jednym słowem - stawiamy na poprawę infrastruktury. Praska Giełda Spożywcza jest firmą prywatną, w związku z czym wszelkie inwestycje wykonujemy z własnych środków. Zgodnie ze strategią światowych rynków hurtowych chcemy poszerzyć gamę oferowanych produktów i dodać do nich więcej ryb, cytrusów, a także zadbać o ekspozycję, walory organoleptyczne. Kolejnym celem na najbliższe lata jest rozwój nowych usług dla klientów – dowozu towarów oraz rozszerzenie skali zamówień internetowych. Te cele są wpisane w strategię rozwoju Praskiej Giełdy Spożywczej, którą realizujemy i będziemy realizować przez najbliższe lata. Przyswiera nam hasło - „Jakość i nowoczesność”.

Dziękujemy za rozmowę



www.praskagieldaspozywcza.pl