

## Konferencja prasowa

### Anuga 2015

28.05.2015, godz. 11:00, Restauracja Polska Różana, Warszawa

Wystąpienie Dietmara Eidena, Dyrektora Zarządzającego ds. obszaru targów,  
Koelnmesse GmbH



Anuga  
10.10–14.10.2015  
[www.anuga.de](http://www.anuga.de)

Wielce Szanowne Panie i Panowie,

bardzo się cieszę, że w ramach naszej podróży prasowej z okazji targów Anuga mogliśmy ponownie zawitać do Warszawy i że Państwo znaleźliście czas, aby go wspólnie z nami spędzić.

Polska jest od wielu lat licznie reprezentowana w Kolonii i to zarówno pośród wystawców jak i gości targowych. Dotyczy to w szczególności targów Anuga. Ponad 150 wystawców i prawie 2.000 gości targowych z Polski rejestruje się regularnie w Kolonii na tej imprezie. Polskie przedsiębiorstwa zaprezentują się zarówno na własnych indywidualnych stoiskach jak i na ekspozycjach zbiorowych pod szyldem polskich organizatorów. Polscy wystawcy będą obecni na wszystkich imprezach specjalistycznych targów Anuga. Również na przyszłej edycji targów spodziewamy się licznej obecności przedstawicieli z Polski.

Jak Państwo wiecie, w tym roku będzie to już 33 edycja targów Anuga. Targi stoją pod dobrym znakiem, ponieważ były już zarezerwowane na pół roku przed ich rozpoczęciem.

W tym roku na targach Anuga zaprezentuje się znów prawie 6.800 wystawców ze 100 krajów świata. Tym samym Anuga stanie się ponownie największą i najważniejszą na świecie platformą handlową i informacyjną dla całej międzynarodowej branży spożywczej.

Targi Anuga są odzwierciedleniem światowej gospodarki żywnościowej i są otwarte wyłącznie dla specjalistów z branży. 86 procent wystawców i 66 procent odwiedzających targi przybywa do Kolonii właśnie nie z Niemiec, ale z zagranicy.

W związku z tym na targach Anuga prowadzi się rozmowy nie tylko o kooperacji i kontaktach handlowych w skali globalnej, ale również regionalnej. Równocześnie targi odzwierciedlają trendy dotyczące żywienia i produktów w handlu i gastronomii. Tematami dyskusji na targach Anuga są też wyzwania społeczne i polityczne stojące przed gospodarką żywnościową. Na przykład w otwarciu targów udział wezmą ministrowie i delegacje polityczne z wielu krajów i skorzystają przy okazji z możliwości ważnych międzynarodowych kontaktów. Anuga jako szczyt branży spożywczej generuje ważne impulsy na całym świecie.

Dla zachowania najwyższego pod względem ilościowym i jakościowym poziomu informacji o wystawcach i ich ofercie targi Anuga wprowadzają stale usprawnienia swej koncepcji informacyjnej.

Dzięki temu targi Anuga odnoszą sukcesy już od ponad 60 lat i są wiodącymi targami w międzynarodowej branży targowej.

#### **Anuga 2015 - „10 imprez specjalistycznych pod jednym dachem“.**

W roku 2015 Anuga wykorzysta ponownie sprawdzoną koncepcję targową, czyli 10 imprez specjalistycznych pod jednym dachem.

Anuga zajmie 284.000 m<sup>2</sup> brutto, czyli całą powierzchnię wystawienniczą i wszystkie hale na kolońskich terenach targowych. Plan hal wystawienniczych przedstawia podział na hale i rozmieszczenie poszczególnych imprez specjalistycznych.

Powiązane imprezy specjalistyczne takie jak Anuga Meat, Anuga Frozen Food i Anuga Dairy, poświęcone produktom schłodzonym, zostały zlokalizowane w sąsiadujących ze sobą halach.

Na przykładzie Anuga Meat i Anuga Dairy chciałbym pokrótce nawiązać do prezentowanej oferty.

Anuga Meat z ponad 850 wystawcami z prawie 50 krajów świata to jedna z największych imprez specjalistycznych targów Anuga. Ale Anuga Meat to przede wszystkim największa na świecie platforma informacyjna i handlowa dla branży mięsa, wędlin, dziczyzny i drobiu. Anuga Meat zajmie hale nr 5, nr 6 i nr 9 targów w Kolonii obejmuje tym samym powierzchnię brutto prawie 55.000 m<sup>2</sup>. Jej podsegmenty wystawiennicze, czyli wyroby wędliniarskie (hala 5.2 i 6), dziczyzna (hala 6 i 9) oraz drób (hala 9) zapewniają handlowcom optymalną orientację pod względem oferty produktów.

Na Anuga Meat zaprezentują się czołowe firmy międzynarodowe, między innymi Bell, Beretta, Campofrio, Danish Crown, JBS, MHP, Nippon Ham Foods, Plukon Poultry, Rügenwalder Mühle, Tönnies, Vion, Westfleisch i Wiesenhof.

Duże ekspozycje zbiorowe zostaną zorganizowane przez Argentynę, Austrię, Belgię, Brazylię, Francję, Hiszpanię, Kanadę, Szwajcarię, Włochy, RPA i USA.

Również na Anuga Dairy przybędzie duża liczba zagranicznych wystawców. Anuga Dairy będzie zlokalizowana w hali nr 10.1 o powierzchni 23.500 m<sup>2</sup> i zgromadzi 380 wystawców. Do przedsiębiorstw, które wystawią się w październiku 2015 zaliczają się między innymi Arla, Bauer, Delizia, Ehrmann, Emmi, FrieslandCampina i Hochwald Foods. Ponadto na zbiorowych ekspozycjach z Belgii, Francji, Grecji, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Włoch, Holandii, Austrii, Polski, Szwajcarii, Hiszpanii i Cypru będzie można zobaczyć połączoną ofertę produktów mlecznych. Po raz pierwszy na Anuga Dairy zaprezentują się również grupy wystawców z Argentyny, Australii i Tajlandii. Tym samym Anuga Dairy zapewni najbardziej wszechstronny przegląd międzynarodowego rynku produktów mlecznych.

Pośród wystawców spotkamy dużych graczy rynkowych, ale również przedsiębiorstwa małe i średnie. Szczególną atrakcją targów Anuga jest spektrum wystawców, ponieważ spotkamy tu zarówno przedsiębiorstwa duże jak i małe. Dotyczy to również wszystkich działów wystawienniczych targów. Jest to gwarancja różnorodności, międzynarodowego charakteru i jakości tych targów.

### **Anuga 2015 - trendy tematyczne**

Od targów Anuga jako wiodących targów specjalistycznych na świecie oczekuje się - nie bez kozery - że będą one odzwierciedleniem przyszłych trendów.

Już przed wielu laty włączyliśmy do koncepcji naszych targów instrument „trendów tematycznych“. Umożliwia nam to strukturyzację targów nie tylko pod względem przestrzennym, ale i wirtualnym. Osoby poszukujące na przykład „produktów wegetariańskich“ mają dzięki naszej bazie danych wszechstronny przegląd oferty i mogą tym samym łatwo określić i odszukać partnerów do kontaktów w ramach poszczególnych imprez specjalistycznych targów Anuga.

Przed czterema laty włączyliśmy do trendów tematycznych produkty sprzedawane w ramach uczciwego handlu „Fair Trade“, nawiązując tym samym do trendu społeczno-politycznego, który jest ważny również dla handlu. Na przykład w ubiegłym roku w Niemczech obroty tymi produktami osiągnęły - w pewnych grupach towarowych - dwucyfrowy wzrost. Wielkie sieci handlowe wprowadziły do swojej oferty produkty Fair Trade. Dotyczy to również Wielkiej Brytanii. Tym samym konsekwentnym działaniem jest nawiązanie do tego tematu w ramach targów Anuga.

Do haseł uwzględnionych w naszej wyszukiwarce dodaliśmy w tym roku hasło „produkty wegańskie“. Produkty wegańskie stały się w ubiegłych latach jednym z najszybciej rozwijających się trendów w odżywianiu się. Według danych stowarzyszenia Vegane Gesellschaft Deutschlands w samych tylko Niemczech liczba osób odżywiających się produktami wegańskimi osiągnęła prawie jeden milion, a tendencja jest rosnąca. Również w innych krajach zachodnich dostrzega się wyraźny trend w kierunku wegańskiego odżywiania się; tak jest w Wielkiej Brytanii i Holandii. Jesteśmy przekonani, że ten trend znajdzie swoje odzwierciedlenie na przyszłej edycji targów Anuga i dzięki nim zostanie jeszcze silniej wzmocniony.

Podane przykłady dowodzą, że uwzględnianie trendów jest korzystne zarówno przy tworzeniu udanej koncepcji struktury targów Anuga, jak i również dla wystawców i gości targowych.

### **Trendy – globalne trendy żywieniowe i tendencje regionalne**

Innowacje są ważnym motorem wzrostu również w branży spożywczej. Zorganizowany na targach konkurs dla innowacyjnych produktów pod nazwą „Anuga taste“ umożliwi wystawcom i gościom targowych zapoznanie się z nowościami i ostatnimi trendami.

Już od czerwca wszyscy wystawcy mogą zgłaszać się do udziału w konkursie. Jury składające się ze specjalistów wybierze najlepsze produkty na pokaz specjalny „Anuga taste15“.

Pokaz specjalny zogniskuje najważniejsze trendy produktowe i żywieniowe.

Dla przykładu chciałbym wspomnieć o austriackim producencie przetworów mięsnych, który przed dwoma laty zaprezentował bezmięsną wędlinę, znalazł uznanie w oczach jury konkursu „Anuga taste“. Stało się oczywiste, że był on jednym z prekursorów nowego i upowszechniającego się trendu, do którego przyłączyły się również inne przedsiębiorstwa. Dowodem tego jest również m.in. sukces jednego z czołowych niemieckich producentów wędlin, który wprowadził do swojego asortymentu bezmięsną alternatywę. Nowatorski pomysł austriackiego przedsiębiorcy spotkał się z uznaniem klientów i sieci handlowych, a od pewnego czasu jego produkt znajduje się w ofercie jednej z wielkich niemieckich sieci dyskontowych.

Jednym ze znaczących aktualnych trendów są produkty typu convenience. Coraz więcej jednoosobowych i małych gospodarstw domowych korzysta ze wstępnie przygotowanych potraw, przy czym preferowane są małe opakowania handlowe. Ten trend nie wpływa jednak na zachowania konsumentów, którzy nadal stawiają na jakość, produkty wytwarzane zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju oraz na produkty przeznaczone dla konkretnej grupy docelowej, czyli produkty „wolne od“, czyli tzw. produkty „Free From“.

Wspomniane powyżej trendy nadal się umacniają, co potwierdzają nasi partnerzy z przemysłu, handlu jak i również wiodące instytuty badań rynkowych.

Pokaz specjalny „Anuga taste15“ zaprezentuje najnowsze trendy w skoncentrowanej formie.

### **Goście targowi**

Targi Anuga odwiedzają handlowcy z branży spożywczej i gastronomii. Przed dwoma laty na targach Anuga zarejestrowało się prawie 155.000 specjalistów branżowych ze 187 krajów. Ponad 66 procent osób odwiedzających targi przybyło z zagranicy. Cechą charakterystyczną osób odwiedzających targi Anuga są ich wysokie kompetencje: ponad 60 procent ankietowanych podało, że są oni swoich przedsiębiorstwach osobami decydującymi, względnie współdecydującymi w sprawie zakupów.

Ponadto 94 procent gości targowych stwierdziło w roku 2013, że nie ma lepszych targów spożywczych niż targi Anuga w Kolonii.

Jesteśmy przekonani, że również w tym roku będziemy mogli powitać na naszych targach w Kolonii ponownie wielką rzeszę wykwalifikowanych specjalistów z branży.

### **Program ramowy**

Również tej edycji targów Anuga towarzyszyć będzie bogaty program ramowy. Pokazy specjalne, takie jak już wspomniana prezentacja trendów „Anuga taste15“ i seminaria oraz imprezy branżowe są zarówno dla wystawców, jak i również osób odwiedzających targi, dodatkową możliwością zdobycia informacji oraz nawiązania nowych kontaktów.

W tym miejscu chciałbym nawiązać do jednego z projektów.

W roku 2015 zostanie ponownie zorganizowany „Anuga OliveOilMarket“, czyli platforma oferentów oliwy z oliwek, na której producenci będą mogli pokazać zalety swoich produktów. Osoby zainteresowane będą miały okazję do spróbowania wszystkich rodzajów oliwy z oliwek w jednym miejscu i uzyskania fachowych porad. Będzie to pokaz specjalny bogatej i różnorodnej oferty oliwy z oliwek z krajów obszaru Morza Śródziemnego, z Południowej Afryki oraz z innych regionów upraw.

### **Kompetencje w branży spożywczej na całym świecie**

Koelnmesse, jako organizator targów, zdobył renomę w branży spożywczej oraz branżach z nią powiązanych.

Właśnie rok 2015 jest w Kolonii prawdziwym rokiem targów spożywczych, bowiem w roku 2015 w Kolonii odbyły się już targi ISM, największe na świecie targi słodczy i snacków, targi dla poddostawców ProSweets Cologne, Anuga FoodTec, a jesienią odbędą się Eu'Vend & coffeena oraz targi Anuga.

W oparciu o powodzenie tych targów organizowanych w Kolonii rozpoczęliśmy już przed wielu laty poszerzanie portfolio naszych imprez targowych o organizowanie targów dla branży spożywczej i napojów oraz ich poddostawców za granicą. Szczególnie w Azji udało nam się z powodzeniem stworzyć nowe imprezy targowe w takich krajach, jak na przykład w Tajlandii, Indiach, Chinach i w Japonii.

Nowym członkiem naszej rodziny imprez targowych są targi w Stambule ANUFOOD Eurasia powered by Anuga. Targi te zakończyły się z dobrym wynikiem kilka dni temu. 212 wystawców z 29 krajów zaprezentowało pełen wachlarz oferty branży spożywczej. Imponujące wrażenie sprawiło stoisko wystawców z Polski. Targi odwiedziło ponad 6.000 specjalistów z branży z 70 krajów, którzy mieli możliwość zebrania informacji i zawierania kontraktów. 25 procent gości targowych przybyło z zagranicy. Oferta targów ANUFOOD Eurasia jest skierowana na silnie rozwijający się turecki rynek spożywczy oraz cały region euroazjatycki.

Pełen przegląd sieci imprez targowych Koelnmesse znajdziecie Państwo w swoich teczkach prasowych.

Dziękuję Państwu za uwagę, czekam na Państwa pytania i wymianę zdań.