



|| Agritechnica 2013

Na zachód marsz

Co dwa lata producenci z całego świata spotykają się w Hanowerze na wystawie maszyn rolniczych Agritechnica. Na największej tego typu imprezie na świecie, w dniach 10-16 listopada 2013 r., zaprezentowało się 2,9 tys. wystawców z 47 państw. Wśród nich nie zabrakło czołowych, międzynarodowych koncernów o światowym zasięgu, prezentujących prawdziwą lawinę najnowocześniejszych rozwiązań dedykowanych w przeważającej mierze dla zasobnych w gotówkę rolników. Tymczasem w świecie nowoczesnej techniki rolniczej swoje miejsce znajduje coraz liczniejsza reprezentacja krajowego przemysłu maszyn rolniczych, czego dowodzi przykład tegorocznej Agritechniki, podczas której zaprezentowała się łącznie rekordowa ilość 58 firm prezentujących spory potencjał tej gałęzi przemysłu w Polsce. Wiele z nich zadebiutowało jako wystawca podczas tegorocznej edycji, traktując wystawę w Hanowerze jako okno na świat.

Rekordowo duża polska reprezentacja podczas targów Agritechnica dowodzi coraz skuteczniejszego „rozpychania się” na zewnętrznych rynkach zbytu. Coraz większa liczba polskich wystawców przekonuje, że oferujemy maszyny już na takim poziomie, iż mogą skorzystać z uczestnictwa w odbywającym się co dwa lata „oknie na świat” najnowocześniejszej techniki rolniczej. – Spowodowane jest to umocnieniem się polskich firm na rynku krajowym, a co za tym idzie, poszukiwaniem nowych rynków – Europy Wschodniej i Zachodniej oraz innych kontynentów. Agritechni-

ca jest najlepszym miejscem na takie kontakty, co udowodniła jej poprzednia edycja, w roku 2011. Wiele firm z tego powodu powiększyło swoje stoiska w tym roku, zainwestowało w lepszy design. Jednak najważniejszym „magnesem” dla naszych firm jest fakt, że Agritechnica jest bez wątpienia największą wystawą techniki rolniczej na świecie. W tym roku objęła ona 42 ha powierzchni brutto i 450 tys. zwiedzających. To kolejna rekordowa edycja tych targów. Skoro więc polskie firmy mają wręcz „u drzwi” taką wystawę jak Agritechnica, to trudno aby nie brały w niej udziału. W efekcie powierzchnia wysta-

wiennicza polskich firm wzrosła o 40% w stosunku do roku 2011 – uważa Ludwik ApolinarSKI, prezes zarządu DLG AgroFood.

Choć większość polskich wystawców podkreśla zainteresowanie wymagającym rynkiem niemieckim, nie oznacza to, że ekspansja na rynki eksportowe prowadzona jest tylko z myślą o Europie Zachodniej. – Tegoroczni debiutanci podkreślają potrzebę poszukiwania międzynarodowych rynków zbytu. Niemniej ważne jest zdobywanie nowych kontaktów biznesowych, jak również „podpatrywa-

do czynienia po raz pierwszy. – To właśnie Agritechnica „wysłała” komunikat do producentów systemów i komponentów, aby zaprezentowali się na wystawie. W związku z ich pozytywnym odzewem na wystawie wydzielono aż trzy hale poświęcone wyłącznie tematyce „Systems & Components” – tłumaczy prezes DLG AgroFood.

Zapytaliśmy zatem kilkanaście krajowych firm o powody, które skłoniły je do bardziej aktywnej obecności na rynkach zewnętrznych.



Agromex, Sławomir Skóra, właściciel firmy

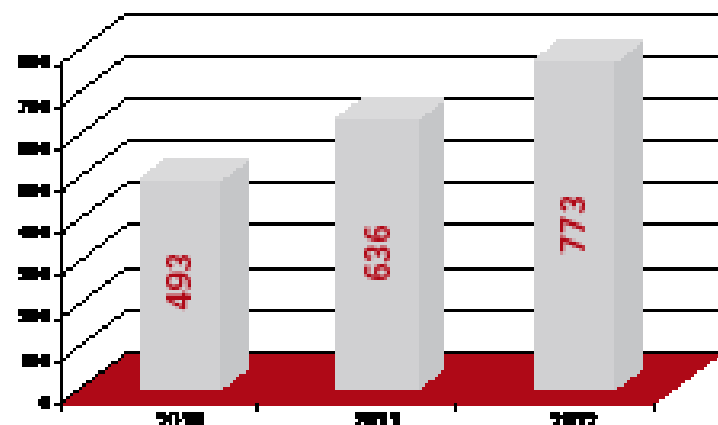
Produktowane przez firmę Agromex maszyny eksportowane są głównie do Czech i na Węgry, choć od niedawna zaczęliśmy sprzedaż również w Niemczech. Wiem, że dopiero raczkujemy poza granicami kraju, ale liczymy na rynek naszych zachodnich sąsiadów, nie zominając przy tym o kierunku wschodnim, głównie Rosji. Tym bardziej, że nasze wyroby – np. popularne na rynku czeskim opryskiwacze czy wybierane w Niemczech agregaty uprawowe i talerzowe - nie są złe i z czystym sercem można je polecić zwłaszcza gospodarstwom o średniej wielkości.

Debiutując jako wystawca w Hanowerze, chcemy pozyskać szereg dobrych kontaktów

ni” konkurencji oraz szukanie pomysłów na rozwój własnych firm. Nieuczestniczenie w tak wielkim dla techniki rolniczej wydarzeniu byłoby dla fachowców wielką stratą – ocenia prezes ApolinarSKI. Również dla tych specjalizujących się w zaopatrzeniu rynku w części zamienne, z czym w takiej skali mamy

Eksport techniki rolniczej z Polski w latach 2010-2012 (w mln euro)

Źródło: Eurostat, VDMA.





do dostawców podzespołów. Może nie zyskamy takiej jakbyśmy oczekiwali liczby dilerów naszych maszyn, ale przynajmniej chcemy sobie dać szansę obniżenia kosztów produkcji.

**Bagramet, Tomasz Baranowski,
prezes zarządu**

Eksport stanowi dla nas około 70% sprzedaży. W tym kontekście ciekawym rynkiem



jest Skandynawia. Potwierdza to największe zainteresowanie naszymi produktami ze strony klientów z tej części Europy. Właśnie tam widzimy największe perspektywy rozwoju – zarówno jeśli chodzi o technikę rolniczą, jak i pług śnieżny czy osprzęt do maszyn budowlanych, który stanowi ciekawą dla nas niszę rynkową. Nastawiamy się również na współpracę kooperacyjną – mamy już kilka firm tym zainteresowanych. Cieszy fakt, że europejscy kontrahenci nie traktują już firm z Polski jako producentów drugiej kategorii. Technicznie dorównujemy firmom z Europy Zachodniej, mamy nie gorszy park maszynowy, równie pracowitych i zdolnych ludzi.

A skąd nasza obecność na Agritechnice? Szukaliśmy dobrego miejsca, w którym moglibyśmy skutecznie pozyskiwać klientów spoza granic kraju, nawet z Kanady czy Stanów Zjednoczonych, co już nam się udaje. Zdecydowaliśmy się na stoisko w Hanowerze również ze względu na uzyskanie dofinansowania z programu unijnego na rozwój Pomorza. Przy tej okazji swoje maszyny pokazują również zaprzyjaźnione z firmą Bagramet przedsiębiorstwa Kolaszewski i Talax.

**Farmtrac Tractors Europe,
Andrzej Kublik, dyrektor
zarządzający**

W Europie ewidentnie istnieje popyt na ciągnik klasyczny, prosty, a przy tym niezwykle wydajny, za rozsądną cenę. Segment małych, kompaktowych traktorów pomocniczych musi zostać wypełniony – próbę w tym zakresie podejmuje firma Farmtrac wprowadzając do oferty dwie serie ciągników – Heritage oraz Europe Line z modelami o mocy do 110 KM, które zapewniają najlepszą możliwą wydajność i szerokość zastosowań ciągnika w tym sektorze rynku. Dzięki tym produktom chcemy być do 2019 r. liderem na rynku europejskim w ciągnikach o mocy do 80 KM, liczymy na sprzedaż 10 tys. ciągników i 10% udziału w rynku.

Rzecz jasna szukamy nowych, silnych partnerów biznesowych, zwłaszcza na dużych rynkach Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, choć jesteśmy



otwarcia na firmy handlowe z całej Europy. Podejmowane przez nas działania już przynoszą efekty, skoro np. w Niemczech odnotowujemy 3-4-krotny wzrost sprzedaży w porównaniu do pierwszych miesięcy br. To jest nie tylko zasługa oczekiwanego przez wielu klientów produktu i budowanej, profesjonalnej sieci dystrybucji, ale również atrakcyjnego pakietu finansowego, który rozpoczyna się w fabryce w Mrągowie, a kończy na zachodnioeuropejskim konsumencie. Podpisaliśmy interesującą umowę z jednym z banków, uzyskując finansowanie całego obrotu i bardzo dobre warunki zakupu dla klientów.

**Feerum, Daniel Janusz,
prezes zarządu**

Dojrzelismy już do tego, żeby zadebiutować na tak ważnych targach jak Agritechnica. Nasza długoterminowa strategia zakłada bowiem wzrost skali prowadzonej działalności, a także stałą poprawę jakości oferowanych produktów. W tym roku zanotowaliśmy przełom w kilku tematach kluczowych dla rozwoju firmy Feerum, która z poziomu przedsiębiorstwa rodzinnego przeistoczyła się w giełdową spółkę publiczną z większymi możliwościami i brakiem ograniczeń rozwojowych. Najważniejsze zmiany to: udany debiut na warszawskim parkiecie, dynamiczny wzrost potencjału produkcyjnego, czy wdrażanie szeregu nowych rozwiązań, jak np. program księgowo-zarządzający przedsiębiorstwem, którego wprowadzenie kilkukrotnie zwiększy nasze możliwości działania.

Jest zatem dobry czas na ekspansję, nie tylko na rynki wschodnie które coraz bardziej udaje nam się rozwijać, ale też na Zachód, także ze względu na położenie geograficzne – firma Feerum ma zaledwie 60 km

do granicy z Niemcami. Z tego względu, iż w latach 2011-2012 bardzo mocno rozwinął się rynek polski, eksport stanowi nieco ponad 20% obrotów. Portfel zamówień i projekty na którymi pracujemy wskazują, iż w 2014 r., kiedy powinniśmy mieć dużo większą swobodę organizacyjną, eksport będzie nadal na poziomie 20-25%. Dopiero w latach 2015-2016 chcemy zrównać sprzedaż eksportową i w Polsce.



Klienci z Zachodu są pod dużym wrażeniem naszych możliwości i myśli technologicznej, dzięki którym powinniśmy sobie poradzić na rynku przynajmniej przez najbliższe 20 lat. Wiele wysiłku kładziemy bowiem na rozwój innowacyjnych rozwiązań i bardzo głębokie przetwórstwo własne – brak podwykonawców, co pozwala utrzymywać bardzo wysoki poziom jakościowy produktów Feerum. Pracujemy stale nad ich optymalizacją – chcemy np. opatentować nowy kształt słupka wzmocnieniowego w zbiornikach, który pozwoli ograniczyć zużycie materiałów o 20% w stosunku do najnowocześniejszych rozwiązań w Europie. Dotyczy to również produktów dopiero przygotowywanych do wdrożenia. Obecnie trwają prace nad suszarnią z systemem rekuperacji, który powinien zrewolucjonizować rynek europejski, gdyż pozwala obniżyć zużycie energii dodatkowo o ponad 30% w stosunku do rozwiązań konwencjonalnych. Musimy bowiem sprostać ocze-

kiwanom rynku, tym bardziej, że do 2050-2060 r. należy oczekiwać znacznego wzrostu konsumpcji światowej, a co za tym idzie potrzeb rynku w zakresie zwiększania powierzchni magazynowych czy obiektów do przetwórstwa ziarna.

Fortis, Wojciech Malinowski, prezes zarządu

Jesteśmy liczącym się krajowym producentem zbiorników do magazynowania paliw płynnych i Ad Blue, wykonywanych z polietylenu średniej gęstości. Produkcja odbywa się w stu procentach w Polsce, nasz zakład mieści się w podpoznańskim Niepruszewie. Najpierw przez 10 lat tworzyliśmy rynek na nasze produkty w Polsce, teraz jest czas na ekspansję na zewnątrz – na rynki europejskie, do Rosji, a nawet Stanów Zjednoczonych. Bierzymy udział w targach Agritechnica, gdyż jesteśmy w trakcie budowania sieci dilerkiej na terenie Niemiec, chcemy zatem nawiązać współpracę z nowymi partnerami handlowymi. Zwłaszcza tam znajdujemy odbiorców na produkty wysokiej jakości, co nie jest jeszcze zjawiskiem powszechnym w Polsce. W naszym kraju póki co największe znaczenie ma cena, podczas gdy na rynkach zachodnich patrzą głównie na jakość i wykonanie oraz wygląd produktu, a w tym zakresie mamy wiele do zaproponowania.



Dzięki obecności w Hanowerze chcemy tworzyć i kreować rynek u klientów końcowych, ale także w dużej mierze pozyskiwać dystrybutorów, którzy znają realia i potrafią ten produkt sprzedać, zareklamować i zająć się serwisem.

Hydrometal, Adam Gordziejczyk, wiceprezes zarządu

W Niemczech swoje produkty sprzedajemy od 3 lat – w tym czasie trafiło tam ponad 170 naszych ładowaczy. Dotychczas firma Hydrometal wystawiała się tylko na dwóch mniejszych wystawach w miesiącach letnich. Teraz nadszedł czas na największą wystawę maszyn rolniczych na świecie, gdyż rynek niemiecki jest duży, a poza tym potrafimy się na nim znaleźć, co nie należało do rzeczy łatwych. Nie oznacza to jednak, że jest to nasz jedyny zewnętrzny rynek zbytu – sprzedajemy również na Łotwę, a w mniejszym zakresie również na Litwę czy do Wielkiej Brytanii. Rynek za-

chodnioeuropejski jest znacznie bardziej stabilny i nie tak chwiejny jak w Polsce. Dlatego też eksport pozwolił nam przetrzymać trudniejszy okres w kraju, w związku z czym nasz kierunek działania jest jeden – będziemy koncentrować się na sprzedaży na zewnątrz. Już teraz eksport stanowi około 80% sprzedaży firmy Hydrometal.



Jest to jednak zasługa naszej polityki – kiedy bowiem rynek ładowaczy w Polsce miał się jak najlepiej, zaczęliśmy stawiać pierwsze kroki na Zachodzie. Wtedy w kraju można było sprzedawać tego typu produkty bez większych kłopotów, ale postawiliśmy na zaspokajanie popytu z Europy Zachodniej, wydłużając nieco terminy realizacji zamówień. Kierunek ten okazał się słuszny.

Inter-Tech, Grzegorz Łuba, przedstawiciel handlowy

Firma Inter-Tech Anny i Piotra Jankowskich z Zambrowa na targach Agritechnica 2013 w Hanowerze pojawiła się

jako wystawca po raz pierwszy. Mijający rok, a także poprzednie lata były dla nas bardzo pracowite. Aktywnie uczestniczyliśmy w wystawach krajowych, m.in. w Kielcach i Bednarach, a także na wystawach za wschodnią granicą. Chcielibyśmy jednak istotnie rozszerzyć nasz rynek zbytu o Europę Zachodnią. Zależy nam na nawiązaniu współpracy z firmami zza naszej zachodniej granicy, właśnie dlatego znaleźliśmy się w Hanowerze. Już w tej chwili 50% produkcji stanowi eksport, a ze względu na to, iż nasze produkty są bardzo wysokiej jakości, a przy tym w bardzo atrakcyjnej cenie, jesteśmy pewni, że rozmowy prowadzone na tych targach przyniosą znaczące rezultaty. Systematycznie wprowadzamy nowe, ciekawe produkty, co urozmaica nasz i tak bogaty wachlarz ofert. Na targach Agritechnica debiutuje nasz nowy krokodyl w wersji HD, który jest skierowany do najbardziej wymagających klientów. Musimy przyznać, że produkt ten cieszy się ogromnym zainteresowaniem. Każdego dnia nasi pracownicy aktywnie zmagają się z nowymi wyzwaniami, tworząc innowacyjne rozwiązania techniczne, które zapewnią ciągle rozwój produkowanych maszyn. Naszym nadrzędnym celem jest osiągnięcie satysfakcji klienta. Stale dążymy do zrozumienia potrzeb i ocze-

