

**Łukasz Rybak, Bogusław Ślusarczyk, Marta Pisarek, Marta Gargała**

Uniwersytet Rzeszowski

## **ROLA IMPREZ TARGOWYCH W PROMOWANIU ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO NA PRZYKŁADZIE MIĘDZYNARODOWYCH TARGÓW ŻYWNOSCI, PRODUKTÓW I TECHNIK EKOLOGICZNYCH „EKOGAŁA” W RZESZOWIE**

### **Streszczenie**

Ważną rolę na rynku produktów żywnościowych odgrywa promocja osobista, m.in. poprzez udział producentów i dystrybutorów na targach branżowych. Celem pracy było przedstawienie ogólnopolskiego terminarza targów z żywnością ekologiczną oraz próba określenia roli imprez targowych w promowaniu rolnictwa ekologicznego na przykładzie Międzynarodowych Targów Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogała” odbywających się w Rzeszowie od 2007 roku.

W 2014 roku w Polsce firmy związane z rolnictwem ekologicznym mogły brać udział w siedmiu międzynarodowych lub krajowych targach, o zróżnicowanym charakterze, co umożliwiło im dotarcie do różnorodnych odbiorców swoich produktów z jednoczesnym pozyskaniem wszechstronnych kontaktów biznesowych. Międzynarodowe Targi Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogała” w Rzeszowie są jednym z najdłużej funkcjonujących w branży wystawienniczej związanych z rolnictwem ekologicznym. Program „Ekogali” nastawiony jest na promocję żywności ekologicznej wśród najmłodszego społeczeństwa. W tych targach biorą udział przede wszystkim wystawcy lokalni, co jest zgodne z ideą „zielonej produkcji” propagującej wytwarzanie i sprzedaż produktów „in situ”. Odwiedzający wysoko oceniają organizację targów i deklarują chęć przyjscia na kolejne edycje.

**Słowa kluczowe:** rolnictwo ekologiczne, produkty ekologiczne, targi, promocja

### **Wstęp**

Szczególną rolę na rynku produktów żywnościowych odgrywa promocja osobista m.in. na targach i jarmarkach. Ta forma sprzedaży przyczyniła się do rozpowszechniania żywności ekologicznej na całą Polskę [Szołtysek 2003, Nestorowicz 2006, Pilarczyk 2008]. Kiermasze wywodzą się z tradycji zakupów wiejskich produktów na targu. Jak twierdzi Binder [1995], kiermasze są chętnie odwiedzane przez klientów, którzy mają przekonanie, że zrobią tu zakupy taniej niż w sklepie. Jednak ważniejsze jest to, że na kiermaszu można spotkać rolnika i porozmawiać z nim.

Targi służą nie tylko nawiązaniu, ale również umacnianiu relacji. Uczestnictwo w targach umożliwia przedsiębiorstwom komunikację z otoczeniem. Dawniej traktowane były, jako forma szybkiej sprzedaży. Później stały się miejscem zawierania umów. Obecnie natomiast pełnią istotną rolę w realizacji

promocji przedsiębiorstwa. Na targach można posługiwać się wieloma środkami promocji tj.: bezpośrednią rozmową, prezentacją, ulotkami. Specjaliści twierdzą, że nie tylko oferta na stoisku buduje obraz firmy, lecz także sposób jej przedstawiania. Uczestnictwo w targach jest bardzo ważne dla przedsiębiorstwa, które chce budować wizerunek firmy i marki. Nieobecność firmy na targach na pewno zostanie dostrzeżona przez otoczenie. To przekłada się również na nieobecność w mediach i raportach targowych. Nie biorąc w nich udziału tym samym nie otrzymują wyróżnień i nagród. Brakuje również wzmianki o przedsiębiorstwie w katalogach wystawców, przez co marka firmy nie bierze udziału w procesie przekazywania informacji [Dziadkiewicz-Ilkowska 2010].

Celem pracy było przedstawienie ogólnopolskiego terminarza targów z żywnością ekologiczną oraz próba określenia roli imprez targowych w promowaniu rolnictwa ekologicznego na przykładzie Międzynarodowych Targów Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogala” odbywających się w Rzeszowie od 2007 roku.

### **Materiał i metody badań**

Badania oparto na bazie danych otrzymanych od Urzędu Marszałkowskiego i bezpośredniej obserwacji własnej, dotyczącej organizatorów targów, programu i wystawców. Podczas „Ekogali”, która odbyła się w dniach 24-26 maja 2013 roku, na grupie 100 osób odwiedzających targi przeprowadzono badania ankietowe. Posłużono się kwestionariuszem ankietowym zawierającym 14 pytań zamkniętych oraz 4 pytania charakteryzujące. Ankieta dotyczyła liczby odwiedzin, skąd respondenci dowiedzieli się o Targach i z jakiego powodu postanowili przyjść. Respondenci mieli okazję ocenić czy targi się im podobają i czy mają ochotę przyjść za rok. Wśród wystawców przeprowadzono 30 ankiet. Zadano 13 pytań (zamkniętych jak i otwartych) dotyczących rodzaju prowadzonej działalności, udziału w innych imprezach promujących oraz imprezach towarzyszących. Wystawcy również mieli możliwość ocenić katalog wystawców oraz zainteresowanie targami. Odwiedzających, jak i wystawców zapytano o płeć, wiek, wykształcenie oraz miejsce zamieszkania.

### **Wyniki badań**

Charakterystyka imprez targowych promujących rolnictwo ekologiczne w Polsce w 2014 r.

W tabeli 1 zaprezentowano wykaz najważniejszych imprez targowych związanych z rolnictwem i żywnością ekologiczną w Polsce, które odbyły się w 2014 roku.

**Tabela 1.** Wykaz targów promujących rolnictwo ekologiczne w Polsce w 2014 r.  
[opracowanie własne na podst. inf. podanych na oficjalnych stronach www targów]

| Lp. | Nazwa targów   | Miejsce  | Rok pierwszej edycji | Termin targów w 2014 r. |
|-----|--|----------|----------------------|-------------------------|
| 1.  | Regionalia   | Warszawa | 2012                 | 4-6.04                  |
| 2.  | Międzynarodowe Targi Żywności World Food Warsaw              | Warszawa | 2014                 | 9-11.04                 |
| 3.  | Międzynarodowe Targi Żywności, Produktów i Technik „Ekogala” | Rzeszów  | 2007                 | 23-25.05                |
| 4.  | Organic Marketing Forum                                      | Warszawa | 2006                 | 1-2.06                  |
| 5.  | Polagra-Food   | Poznań   |                      | 29.09-02.10             |
| 6.  | Natura food  | Łódź     | 2008                 | 3-5.10                  |
| 7.  | Eco family   | Kielce   | 2011                 | 29-30.11                |

W 2014 roku jedną z pierwszych imprez targowych związanych z rolnictwem ekologicznym, były „Regionalia” (tab. 1) odbywająca się pod hasłem „Ekologia i tradycja”. Podczas imprezy lokalni producenci zaprezentowali szeroki wybór ekologicznej żywności i produktów wytwarzanych na bazie receptur przekazywanych z pokolenia na pokolenie oraz wyrobów rzemieślniczych, rękodzieła czy mody inspirowanej folklorem. Impreza ta odbyła się w rozszerzonej formule łącznie z XIX edycją Targów Turystyki i Wypoczynku Lato oraz II edycją Targów Agroturystyka 2014, dzięki czemu wystawcy mogli dotrzeć nie tylko do szerokiej rzeszy klientów indywidualnych, ale również do przedstawicieli wielu sieci handlowych, supermarketów, sklepów z ekologiczną żywnością, restauracji, hurtowni, szkół, mediów, oraz wszystkich zainteresowanych eko-styłem życia. Wydarzenie to bardzo dobrze wpisuje się w popularny trend slow food promujący dbałość o zdrowie i środowisko [[www.regionalia.com.pl/](http://www.regionalia.com.pl/)].

Kolejne wydarzenie skierowano do sektora branży spożywczej to „World Food Warsaw 2014”. Wystawcami targów byli zarówno przedsiębiorcy oferujący gotowe produkty rolno-spożywcze, jak również przedstawiciele podmiotów związanych z procesem produkcji. Przez trzy dni osoby związane z branżą miały możliwość nawiązania nowych kontaktów i poszerzenia obecnych, oceny zapotrzebowania rynku na ich produkty czy usługi oraz śledzenia globalnych trendów [[www.worldfood.pl](http://www.worldfood.pl)]

Rzeszowskie Międzynarodowe Targi Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogala” to miejsce dające możliwość promocji żywności ekologicznej, a ich misją jest integracja środowiska producentów, przetwórców, dystrybutorów, stowarzyszeń i konsumentów żywności ekologicznej z Polski i zagranicy [Oleniuch 2009]. W imprezie mogą wziąć udział nie tylko producenci posiadający certyfikat ekologiczny, ale również firmy świadczące usługi dla branży ekologicznej i instytucje finansowe. Targom towarzyszą konferencje naukowe, liczne prezentacje, degustacje i konkursy z cennymi nagrodami [[www.ekogala.eu](http://www.ekogala.eu)].

Targi „Organic Marketing Forum” to międzynarodowe spotkanie o charakterze biznesowym, którego głównymi elementami są wystawa oraz sesje networkingowe i edukacyjne dla firm oraz organizacji branży produktów organicznych z Europy Wschodniej i Zachodniej. Podczas trwania imprezy zapewnione jest wsparcie tłumaczy w dyskusjach między uczestnikami spotkania, a organizowana w czasie trwania targów Konferencja jest tłumaczona z przekładem na 3 języki [[www.organic-marketing-forum.org.pl](http://www.organic-marketing-forum.org.pl)].

Na targach „Polagra-Food” rokrocznie obecne są wiodące firmy działające w branży spożywczej: producenci, dystrybutorzy, hurtownicy i sprzedawcy detaliczni. Targi „Polagra-Food” stanowią znakomitą okazję do zapoznania się z szerokim asortymentem różnorodnych produktów: mięs i przetworów mięsnych, ryb, ziół, przypraw, produktów mleczarskich, wyrobów cukierniczych, win, wódek i likierów, żywnością zdrową i dietetyczną oraz wieloma innymi artykułami. W gronie wystawców Polagra-Food znajdują się również firmy oferujące produkty i usługi z zakresu wyposażenia sklepów, a także franczyzodawcy zainteresowani pozyskiwaniem partnerów biznesowych na polskim rynku [[www.polagra-food.pl](http://www.polagra-food.pl)]

„Natura Food” to impreza targowa odbywająca się łącznie z Targami Ekologicznego Stylu Życia beECO. Połączenie dwóch imprez o wspólnym temacie przewodnim pozwala na kompleksową prezentację oferty polskiego rynku produktów ekologicznych oraz jest idealną okazją do nawiązania kontaktów biznesowych i podpatrzenia co polski rynek ekologiczny ma oryginalnego do zaoferowania. Targi „Natura Food” gromadzą przedstawicieli wszystkich liczących się firm na rynku biożywności oraz żywności naturalnej i tradycyjnej, od producentów i gospodarstw ekologicznych po sklepy, hurtownie oraz przedstawicieli najważniejszych organizacji branżowych. Natomiast Targami beECO są skierowane do producentów ekologicznych środków czystości, kosmetyków naturalnych, a także ubrań dla dzieci z wysokiej jakości bawełny. W ramach imprezy zaprezentowane są również ekozabawki i ekoakcesoria oraz ekologiczny dizajn [[www.naturafood.pl](http://www.naturafood.pl)].

W Kielcach odbywają się Targi Eco Family dedykowane sektorowi rolnictwa ekologicznego, podczas których konsument miał możliwość bezpośredniego kontaktu z producentem, kucharzem oraz samym produktem końcowym [[www.biokurier.pl](http://www.biokurier.pl)].

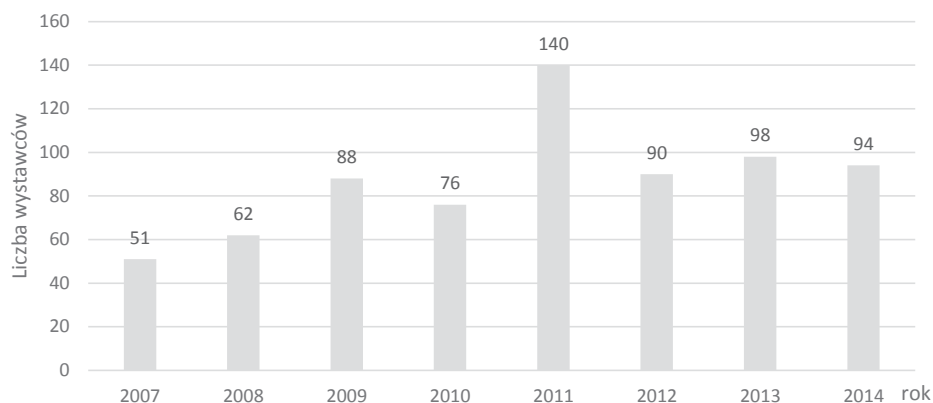
Projekt: Międzynarodowe Targi Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogala”

Od maja 2007 roku w Regionalnym Centrum Widowiskowo-Sportowym „Podpromie” im. Jana Strzelczyka w Rzeszowie odbywają się Międzynarodowe Targi Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogala”. Idea stworzenia cyklicznej, corocznej imprezy w regionie Podkarpacia, która ma na celu zrzeszyć i zintegrować całe środowisko pasjonatów najwyższej jakości wyrobów ekologicznych została zapoczątkowana przez członków Podkarpackiej Izby Rolnictwa Ekologicznego, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego oraz Jednostki Certyfikującej Ekogwarancja PTRE. W 2010 roku obok Samorządu Województwa Podkarpackiego, PIRE targi współorganizowane były przez PODR w Boguchwale oraz MTR w Rzeszowie. W roku kolejnym do organizacji targów przystąpił również Urząd Miasta Rzeszowa (tab. 2). Każda z edycji odbywała się pod honorowym patronatem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

**Tabela 2.** Organizatorzy Targów „Ekogala” w latach 2007-2014 [dane Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego]

| Jednostka organizacyjna  | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Samorząd Województwa Podkarpackiego                            | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    |
| Związek Stowarzyszeń „Podkarpacka Izba Rolnictwa Ekologicznego | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    |
| Jednostka Certyfikująca EKOGWARANCJA                           | +    | +    | +    | -    | -    | -    | -    | -    |
| Podkarpacki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Boguchwale          | -    | -    | -    | +    | -    | -    | -    | -    |
| Międzynarodowe Targi w Rzeszowskie                             | -    | -    | -    | +    | -    | -    | -    | -    |
| Urząd Miasta Rzeszowa  | -    | -    | -    | -    | +    | +    | +    | +    |

Początkowo targi miały charakter krajowy, jednak udany debiut oraz duże zainteresowanie sprawiły, że zostały poszerzone o wystawców z zagranicy. Organizatorzy szacują, że każdego roku Targi „Ekogala” odwiedza około 10 tys. zwiedzających. Z danych zawartych na rys. 1 wynika, że najwięcej wystawców uczestniczyło w „Ekogali” w 2011 roku (140 stoisk), a najmniej w 2007 roku (51 stoisk), zaś od 2012 do 2014 liczba wystawców kształtowała się na poziomie 94 stoisk.

**Rysunek 1.** Liczba wystawców na „Ekogali” w latach 2007-2014 [na podst. Katalogu Wystawców]

We wszystkich edycjach uczestniczyło 14 firm:

- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Podkarpacki Oddział Regionalny,
- Arboretum i Zakład Fizjografii w Bolestraszcach,
- Ekologiczne PPHU „BIO-EKO”, Tułkowice,
- Podkarpacka Izba Rolnictwa Ekologicznego, Świlcza,
- Podkarpacka Izba Rolnicza, Boguchwała
- Podkarpackie Stowarzyszenie Rolnictwa Ekologicznego EKOGAL, Chmielnik
- PPUH Tłocznia Maurer, Zarzecze,
- Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Biologiczno-Rolniczy,
- Urząd Gminy Świlcza,
- Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego,
- Wapiennik-Węgiełka Krystyna Malmuk, Jarosław,
- Zakład Mięсны „Jasiołka”, Dukla,

- Zakład Przetwórczo-Handlowy Baszpol Sp. z o.o. z Grzegorzówki,
- Zakład Uboju i Przerobu Mięsa Jan Fołta w Markowej.

Targi „Ekogala” to impreza trzydniowa, podczas której wystawiają się firmy bezpośrednio lub pośrednio związane są z rolnictwem ekologicznym. Warunkiem udziału producentów rolnych i przetwórci rolno-spożywczych jest posiadanie aktualnego certyfikatu ekologicznego. Podczas trwania Targów organizowane są liczne imprezy towarzyszące, takie jak:

- konferencje naukowe lub szkolenia,
- konkursy dla dzieci i dorosłych,
- konkursy dla wystawców,
- wystawy maszyn rolniczych,
- występy kapel ludowych, zespołów tanecznych,
- prezentacje i degustacje spożywczych produktów ekologicznych,
- pokazy gastronomiczne wykonywane przez mistrzów sztuki kulinarnej lub VIP-ów.

Tematyka konferencji i szkoleń związana była z aktualnymi problemami, z jakimi borykają się producenci żywności ekologicznej. Miedzy innymi dotyczyła zmian w pakiecie „Rolnictwo ekologiczne” w ramach PROW 2007-2013, nowych zasady kontroli, szans eksportu żywności certyfikowanej na rynki Europy Zachodniej, rodzinnych gospodarstw ekologicznych jako sposób gospodarowania z pasją, oksybiodegradacji jako technologii degradacji tworzyw sztucznych będącej w harmonii ze środowiskiem, itp.

Od 2009 roku podczas trwania targów piątek jest dniem przeznaczonym na promocje rolnictwa ekologicznego wśród najmłodszych. W tym dniu zapraszane są dzieci z przedszkoli, uczniowie ze szkół podstawowych i gimnazjalnych na szereg przygotowanych z myślą o nich prelekcji, konkursów plastycznych, pokazów i degustacji potraw sporządzonych z produktów ekologicznych (fot. 1). Tematyka co roku jest inna, a oferta zajęć bogatsza (tab. 3).

**Tabela 3.** Formy i tematyka zajęć z dziećmi i młodzieżą na targach „Ekogala” [dane Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego]

| Rok  | Program spotkań z uczniami i nauczycielami  | Organizator  |
|------|---|--|
| 2009 | Prelekcja: „Zdrowo jem, zdrowo żyje”, „Żywność z gospodarstw ekologicznych dla Twojego zdrowia i ochrony środowiska”.   | Związek Stowarzyszeń „Podkarpacka Izba Rolnictwa Ekologicznego”                      |
| 2010 | Prelekcja: „Jak odżywiać się zdrowo i ekologicznie”, „GMO a żywność ekologiczna” przeprowadzone w ramach programu „Trzymaj formę”. Podsumowanie konkursu plastycznego przeprowadzonego w szkołach podstawowych i przedszkolach – wręczenie nagród i wyróżnień.  | Zespół ds. Edukacji Ekologicznej Dzieci i Młodzieży PIRE                             |
| 2011 | Prelekcja: „Zasady zdrowego ekologicznego odżywiania”, „Zdrowo jem zdrowo żyję”. Podsumowanie konkursu plastycznego przeprowadzonego w szkołach podstawowych i przedszkolach – wręczenie nagród i wyróżnień. Degustacja produktów ekologicznych.  | Zespół ds. Edukacji Ekologicznej Dzieci i Młodzieży Stowarzyszenia EKO DAR w Świlczy |
| 2012 | Prelekcja: „Chcę wiedzieć, co jem”, „Chcę być w formie, więc odżywiam się ekologicznie”. Podsumowanie wojewódzkich konkursów plastycznych przeprowadzonych w przedszkolach i szkołach i konkursu fotograficznego o tematyce ekologicznej dla uczniów gimnazjów z województwa podkarpackiego. Degustacja samodzielnie skomponowanych i przygotowanych przez młodzież przekąsek i potraw z produktów ekologicznych. | Szkoła Podstawowa nr 25 w Rzeszowie  |

|      |  |  |
|------|--|--|
| 2013 | Prelekcja: „Skąd się biorą ekologiczne miody”, „Korzystny wpływ pszczół na środowisko naturalne i życie człowieka”. Pokaz odzieży ochronnej, narzędzi i urządzeń oraz miodów i innych produktów pszczelich w różnych fazach ich powstawania, czyli „Praca pszczelarza w praktyce”.<br>Rozstrzygnięcie wojewódzkich konkursów ekologicznych dla dzieci z przedszkoli i szkół podstawowych pt. „Mały ekolog. Tajemniczy świat pszczół” wraz z wystawą prac finałowych.<br>Degustacja potraw przygotowanych z produktów ekologicznych oraz pokaz przygotowywania przekąsek ekologicznych przez uczniów z ZSG w Rzeszowie. | Wojewódzki Zespół ds. Edukacji Ekologicznej Podkarpackiej Izby Rolnictwa Ekologicznego, Wojewódzki Związek Pszczelarzy w Rzeszowie |
| 2014 | Inscenizacja i prezentacja multimedialna pt. „Droga mleczna”, prelekcja „Czy kozy w rogach mają mleko? Jak powstają produkty mleczne?”, „Dobroczynna moc produktów mlecznych”, pokaz wytwarzania produktów mleczarskich z wykorzystaniem dawnych technologii pt. „Tradycje serowarskie w Beskidzie Niskim na przykładzie serów produkowanych w Rodzinnym Gospodarstwie Ekologicznym FIGA”.<br>Rozstrzygnięcie wojewódzkich plastycznych konkursów ekologicznych dla dzieci z przedszkoli i szkół podstawowych wraz z wystawą prac i wręczenie nagród laureatom.  | Wojewódzki Zespół ds. Edukacji Ekologicznej Podkarpackiej Izby Rolnictwa   |

Od 2012 roku sobota targowa to dzień przeznaczony na promocję jednego surowca żywnościowego wyprodukowanego metodami ekologicznymi. W 2012 roku była to wołowina, w 2013 r. miód, a w 2014 r. mleko. W tym dniu na wyspie wystawienniczej odbywają się spotkania ze specjalistami z branży, pokazy i konkursy kulinarne, wykonywanie potraw metodami tradycyjnymi.



**Fot. 1.** Konferencja dla dzieci  
[www.ekogala.eu]



**Fot. 2.** Dzień surowca żywnościowego 2014  
– mleko [fot. M. Gargała]

Tradycyjnie niedziela targowa to dzień, w którym zostają ogłoszone wyniki na najciekawsze stoisko i wręczenie nagród laureatom.

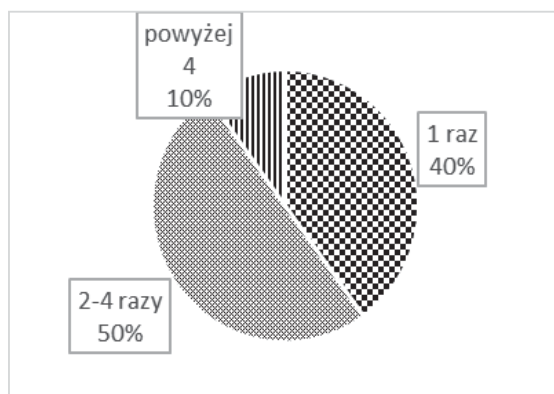
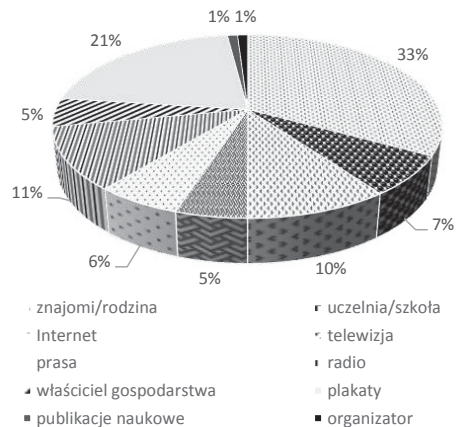
## Wyniki badań ankietowych

Wśród respondentów odwiedzających Targi przeważały kobiety, które stanowiły 56% badanej populacji, mężczyźni zaś 44%. Większość badanych osób to osoby młode w wieku 21-30 lat (29%) oraz 31-40 lat (25%) legitymujące się wykształceniem wyższym, magisterskim. Najmniejszą grupę badanych stanowiły osoby w wieku powyżej 61 roku życia (7%) oraz młodzież w wieku do 20 lat (9%) (w badaniach nie brały udziału osoby niepełnoletnie przychodzące na targi w formie grup zorganizowanych) (tab. 4).

**Tabela 4.** Podział odwiedzających ze względu na wiek i płeć

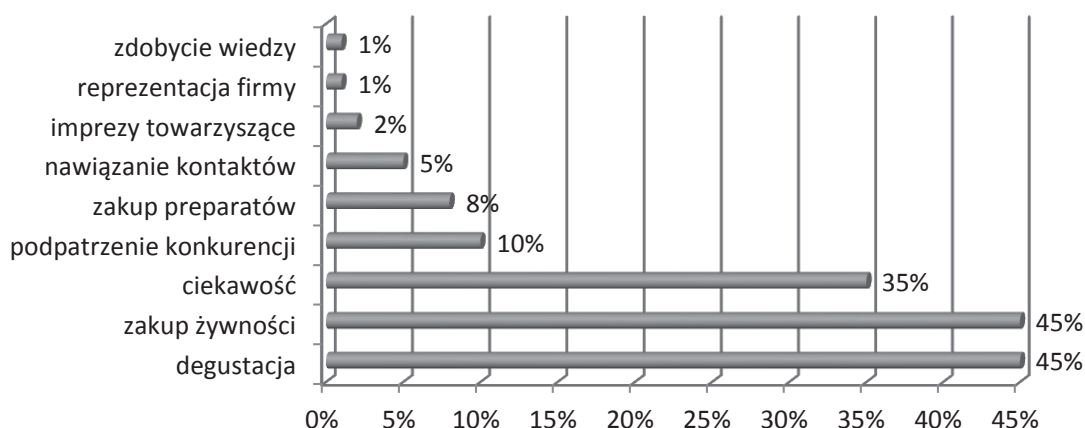
| Przedział wieku | Klient (liczba osób) |           |        |
|-----------------|----------------------|-----------|--------|
|                 | Kobiety              | Mężczyźni | Ogółem |
| Do 20 lat       | 6                    | 3         | 9      |
| 21-30           | 18                   | 11        | 29     |
| 31-40           | 14                   | 11        | 25     |
| 41-50           | 9                    | 6         | 16     |
| 51-60           | 7                    | 7         | 14     |
| Powyżej 61 lat  | 1                    | 6         | 7      |
| Ogółem          | 56                   | 44        | 100    |

Spośród osób odwiedzających Targi ponad połowa była mieszkańcami miasta Rzeszowa (54%), a 39% to mieszkańcy innych miejscowości leżących na Podkarpaciu. Niewielki odsetek to odwiedzający z innych województw lub z zagranicy. Odwiedzający na targi przychodzili najczęściej w towarzystwie członków rodziny (29%), przyjaciół (25%) lub partnera (27%). Tylko 19% zwiedzało targi samotnie. Większość osób przyszła na targi już kolejny raz (rys. 2). Respondenci wymieniali różne źródła, z których dowiedzieli się o Targach (rys. 3). Najczęściej były to znajomi i rodzina – 33%, 21% dowiedziało się z plakatów rozwieszonych na mieście. Były to również Internet, radio, telewizja, prasa oraz publikacje naukowe, 5% stanowili rolnicy, którzy rolnictwem ekologicznym zajmują się profesjonalnie.

**Rysunek 2.** Liczba odwiedzin „Ekogali” w latach 2007-2014**Rysunek 3.** Źródła informacji o „Ekogali”

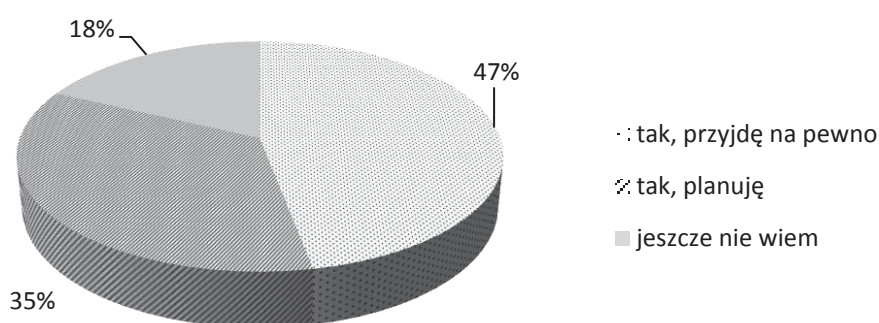
Odwiedzający, na Targi „Ekogala” postanowili przyjść z różnych powodów. Mogąc wybrać wiele odpowiedzi najczęściej wymieniali możliwość degustacji i zakupu żywności ekologicznej (po 45%). Wiele osób twierdziło, że przyszło po prostu z ciekawości (35%). Zakup preparatów ekologicznych do ochrony i nawożenia wymieniło 8%, 10% ankietowanych ma swoje własne gospodarstwa ekologiczne i na Targi przyszli, aby podpatrzeć konkurencję oraz uzyskać od specjalistów najnowsze informacje. Na nawiązanie kontaktów liczyło 5% ankietowanych. Ze względu na imprezy towarzyszące (np. konferencje) przyszło 2%. Powodem przyścia była również reprezentacja firmy oraz chęć zdobycia dodatkowej wiedzy (rys. 4).





**Rysunek 4.** Motywy przyjscia na „Ekogalę”

Odwiedzający Targi „Ekogala” zostali zapytani, czy znają program tej imprezy. Twierdząco odpowiedziało 28% osób, częściowo 33%. Najwięcej, bo 39% nie wiedziało, jaki był porządek dzienny targów. Najbardziej interesujące dla zwiedzających okazała się możliwość degustacji (55%) oraz możliwość zakupu produktów ekologicznych (43%). Dla 34% ważne były porady, które można było uzyskać od wystawców oraz wystrój ich stoisk (17%). Piknikowa atmosfera udzieliła się 19% respondentów. Jednym z elementów, które nie podobały się odwiedzającym były wysokie ceny produktów oraz głośna muzyka towarzysząca targom (po 17%). Co dziesiąty ankietowany miał niedosyt imprez, w których można byłoby wziąć udział. Niska frekwencja zwiedzających to zdecydowany minus dla 8% ankietowanych. Po 2% przyznajło, że jest zbyt niewiele stoisk oraz mała liczba koszy na śmieci by wyrzucać kubki z degustacji. Jednak ponad połowa (52%) nie miała żadnych zastrzeżeń. Na Ekogalę za rok planowało przyjść 82% respondentów, 18% jeszcze nie było zdecydowanych (rys. 5).



**Rysunek 5.** Udział procentowy odpowiedzi „Czy planuję przyjść na „Ekogalę” za rok?”

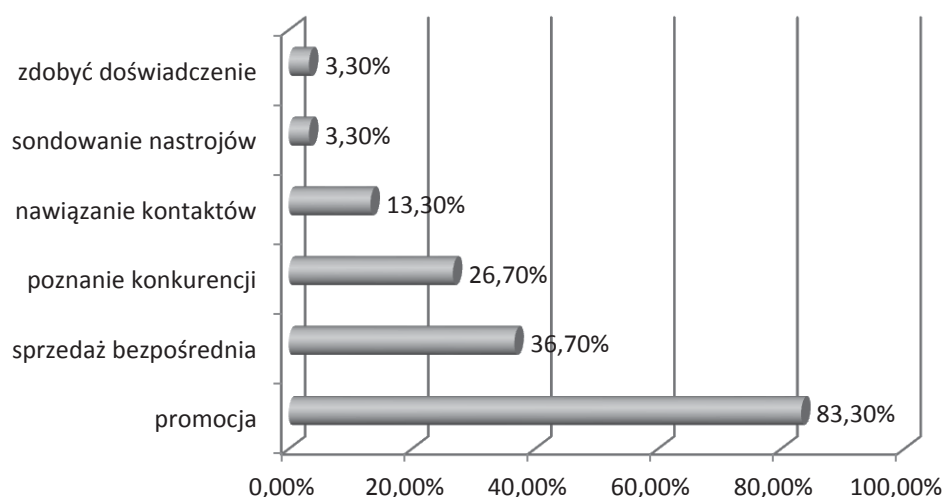
Ankietowani wystawcy to mężczyźni i kobiety w grupie wiekowej 31-40 oraz 41-50 lat (tab. 5). Największą grupę stanowiły osoby z wykształceniem wyższym magisterskim (36,7%), co piąta osoba deklarowała wykształcenie inżynierskie. Najmniejsza grupa to osoby z wykształceniem zawodowym. Respondenci prezentujący swoje firmy na Targach pochodzili z różnych województw naszego kraju, najwięcej jednak było ich z Podkarpacia.

**Tabela 5.** Podział wystawców ze względu na wiek i płeć

| Przedział wieku | Wystawca (liczba osób) |           |        |
|-----------------|------------------------|-----------|--------|
|                 | Kobiety                | Mężczyźni | Ogółem |
| Do 20 lat       | -                      | -         | -      |
| 21-30           | 3                      | 4         | 7      |
| 31-40           | 6                      | 4         | 10     |
| 41-50           | 4                      | 4         | 8      |
| 51-60           | 1                      | 4         | 5      |
| Powyżej 61 lat  | -                      | -         | -      |
| Ogółem          | 14                     | 16        | 30     |

Ankietowani wystawcy zajmowali się najczęściej produkcją żywności. Niektórzy z nich to dystrybutorzy, osoby konfekcjonujące produkty spożywcze oraz kontrolujące właściciele gospodarstw ekologicznych. Co trzeci wystawca po raz pierwszy prezentował się na Targach, a około 26 % uczestniczyło w nich więcej niż 4 razy.

Mając do wyboru wiele odpowiedzi na pytanie o korzyści płynące z uczestnictwa w targach Ekogala 83,3 % stwierdziło, że jest to doskonała promocja poprzez reklamę dla ich przedsiębiorstwa, 36,7 % uważa targi za możliwość sprzedaży bezpośredniej swoich produktów. Ważne jest poznanie produktów konkurencji - tak uważa ponad 1/4 wystawców. Nawiązanie kontaktów jest istotne dla 13,3%. Jedna osoba twierdziła, że „Ekogala” daje jej możliwość sondowania nastrojów wśród producentów. Również jedna osoba stawia na zdobycie doświadczenia (rys. 6).

**Rysunek 6.** Korzyści płynące z uczestnictwa w targach

Jak podają Kowalik i Sikora [2008] oraz Dziadkiewicz-Ilkowska [2010] celem wystawiania się firm jest: kształtowanie wizerunku, pozyskiwanie nowych klientów, podtrzymywanie kontaktów z dotychczasowymi klientami, zademonstrowanie obecności na rynku, wprowadzenie na rynek nowych produktów, rozpoznanie życzeń klientów, wymiana informacji, wzrost znajomości produktów i zawieranie umów. A ponadto targi są formą spotkań, podróży inspirujących do tworzenia nowości.

Z badań własnych wynika, że według 26,7% wystawców prezentacja materiałów w katalogu została przedstawiona bardzo starannie, 33,3% uznało go za wykonany poprawnie. Byli również badani, którzy katalog uznali za „taki sobie” (13,3%) lub nie miała zdania na ten temat (16%), a 10% po prostu nie widziało katalogu.

Dla większości Ekogala nie jest jedynym miejscem wystawiania swoich produktów. Tylko trzech wystawców nie brało udziału w żadnych targach w ostatnim roku, dwóch wystawców brało udział w targach pierwszy raz w życiu. Najwięcej, bo ponad 46% wystawiała swoje produkty w targach Bio-Fach w Norymberdze. Ponad 1/4 uczestniczyła w Polagra Food w Poznaniu. Niewiele mniej uczestniczyło w Natura Food w Łodzi, Warszawie i w Targach Żywności Tradycyjnej „Festiwal Podkarpackich Smaków” w Górnem. Wymieniane również były targi w: Brukseli, Czechach, Katowicach, Wrocławiu, Kielcach, Radomiu, Gliwicach, Lublinie, Lesku (Agrobieszczady) i pikniki ekologiczne w bliżej nie określonym miejscowościach.

Z badań Koreleskiej [2009] wynika, że spośród 7 badanych przedsiębiorstw tylko 3 brały udział w kiermaszach i imprezach lokalnych. Dziadkiewicz-Ilkowska [2010] pisze, że przedsiębiorstwa decydują się na udział w targach średnio 2-3 razy w roku. Wliczając poniesione koszty, jest to wielkość optymalna. Jeśli prezentacja na targach odbywa się raz w roku, trudno mówić o skuteczności wystawiania się na targach. Na wyjazd częściej niż 4 razy w roku, mogą pozwolić sobie firmy o bardzo dobrej kondycji finansowej.

W pytaniu otwartym zadanym wystawcom na Ekogali dotyczącym, zmian, jakie proponują wprowadzić na targach, aby uznać je za jeszcze bardziej atrakcyjne, uzyskano następujące odpowiedzi:

- należy położyć większy nacisk na reklamę, aby zwiększyć liczbę odwiedzających targi (33%),
- zwiększyć liczbę stoisk (7%),
- zmienić lokalizację odbywających się targów (7%)
- udoskonalić zasady konkursu na „Najlepszy Produkt Ekologiczny” (10%).

Ponad 43% ankietowanych była zadowolona z bieżącej formy targów.

Wystawcy mieli możliwość ocenić zainteresowanie odwiedzających targami. Najwięcej, bo 40% określiło zainteresowanie, jako małe, nieco, ponad 36% jako średnie. Jednak byli i tacy, którzy uważali, że zainteresowanie było bardzo duże. Tylko dwadzieścia z trzydziestu ankietowanych wzięło udział w imprezach towarzyszących organizowanych na targach. Były to konferencje, konkursy oraz spotkania branżowe. W kolejnych edycjach „Ekogali” z pewnością zdecydowałoby się wziąć udział 40% ankietowanych, 30% twierdziło, że weźmie udział, siedem osób jeszcze nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie. Tylko jedna osoba stwierdziła, że za rok nie będzie promować swoich produktów na targach, ale jak stwierdziła może jeszcze zmieni zdanie.

## Wnioski

1. W Polsce firmy związane z rolnictwem ekologicznym mogą brać udział w międzynarodowych lub krajowych targach, o zróżnicowanym charakterze, co umożliwi im dotarcie do różnorodnych odbiorców swoich produktów z jednoczesnym pozyskaniem wszechstronnych kontaktów biznesowych.

2. Program Międzynarodowych Targów Żywności, Produktów i Technik Ekologicznych „Ekogala” nastawiony jest na promocję żywności ekologicznej wśród najmłodszego społeczeństwa.
3. W tych targach biorą udział przede wszystkim wystawcy lokalni, co jest zgodne z ideą „zielonej produkcji” propagującej wytwarzanie i sprzedaż produktów „in situ”.
4. Wystawcy traktowali targi jako miejsce poznania produktów konkurencji oraz możliwość sprzedaży bezpośredniej, dlatego też zdecydowali się wziąć udział w kolejnych edycjach targów.
5. Odwiedzający wysoko oceniają organizację targów i deklarują chęć przyjscia na kolejne edycje.

### **Piśmiennictwo**

1. Binder F., 1993: Jakość żywności. W: Sołtysiak U. (red.): Rolnictwo ekologiczne, od teorii do praktyki. Wyd. Ekoland, Warszawa.
2. Dziadkiewicz-Ilkowska A., 2010: Targi w strategiach rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Marketing i Rynek 2: 27-33.
3. Koreleska E., 2009: Kanały marketingowe wykorzystywane przez przetwórcie ekologiczne oraz oczekiwania konsumentów wobec wybranych form sprzedaży. Rocz. Nauk. SERIA XI 3: 188-191.
4. Kowalik I., Sikora T., 2008: Rynek żywności specjalnej. Marketing i Rynek 11: 28-33.
5. Nestorowicz R., 2006: Kanały dystrybucji żywności ekologicznej. Przemysł Spożywczy 12: 12-13.
6. Oleniuch I., 2009: Targi Ekogala 2009. Przemysł Spożywczy 7: 38.
7. Pilarczyk B., 2008: Marketing żywności ekologicznej. Przemysł Spożywczy 12: 44-46.
8. Szołtysek K., 2003: Zarys problematyki żywności ekologicznej. Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
9. [www.biokurier.pl](http://www.biokurier.pl)
10. [www.ekogala.eu](http://www.ekogala.eu)
11. [www.naturafood.pl](http://www.naturafood.pl)
12. [www.organic-markting-forum.org.pl](http://www.organic-markting-forum.org.pl)
13. [www.polagra-food.pl](http://www.polagra-food.pl)
14. [www.regionalia.com.pl](http://www.regionalia.com.pl)
15. [www.worldfood.pl](http://www.worldfood.pl)