



**Prezes Praskiej Gieldy Spożywczej oraz przewodniczący Rady Stowarzyszenia Polskie Rynki Hurtowe Zenon Daniłowski**

Rynki hurtowe są w Polsce bardzo potrzebne, tak rolnikom, jak i każdej aglomeracji. Nie zgadzam się z teorią, że to schyłkowa forma dystrybucji. Obecnie przeżywają one silny rozwój w Azji czy Ameryce. Wiele krajów za ich pośrednictwem realizuje politykę państwa w zakresie kształtowania modelu konsumpcji. Zaczęło się od rynku w Rungis pod Paryżem, który został przez rząd celowo rozbudowany, aby ułatwić zaopatrzenie aglomeracji paryskiej w świeże produkty. Wiązało się to z przesłaniem, że produkty świeże, a nie mrożone, oraz mniej przetworzone i niekonserwowane są po prostu zdrowsze. Rynki hurtowe pośrednio włączają się w propagowanie zdrowej diety, która obecnie jest lansowana w wielu krajach.

Rynek hurtowy to po prostu jeden z kanałów dystrybucji, który łączy drobnych producentów, rozproszone: produkcję i handel detaliczny. Tutaj przyjeżdżają przedstawiciele mniejszych sklepów, restauracji, firm cateringowych i mogą znaleźć dla siebie produkty wytwarzane niekoniecznie przez największe koncerny i niekoniecznie metodami przemysłowymi, ale za to ekologicznie czy tradycyjnie. Kupując na rynku hurtowym, klient wie, od kogo nabywa towar. Kontakt ze sprzedającym daje poczucie bezpieczeństwa co do uczciwości transakcji. U nas taki sam produkt sprzedaje obok siebie wielu hurtowników, więc można porównywać ceny. To z kolei uruchamia mechanizm konkurencyjności. Jest tu więc autentyczny wolny rynek, z możliwością negocjowania cen, jak i warunków płatności. Kolejny atut to różnorodne synergiczne. U nas jest wiele hurtowni, ale mają one wspólne zaopatrzenie w wodę, prąd, gospodarkę odpadami. Podczas gdy pojedyncza hurtownia musi sama zadbać o wszystkie te potrzeby. Mimo tego rynki hurtowe w Polsce znajdują się poza zainteresowaniem państwa i aglomeracji miejskich. Nie ma świadomej długookresowej polityki w dziedzinie zaopatrzenia miast w świeżą żywność. Brakuje też działań na rzecz włączenia rynków hurtowych w stały model dystrybucji.

Fot. arch. PGS w Ząbkach



Praska Gielda Spożywcza jest pionierem w tworzeniu profesjonalnego kanału dystrybucji żywności wysokiej jakości, tradycyjnej i ekologicznej, która zdobywa coraz większą popularność. Symbolem PGS jest jabłko

## Profesjonalnie i z duchem czasu. Rzecz o Praskiej Gieldzie Spożywczej

PGS w Ząbkach jest dziś znanym i cenionym rynkiem hurtowym o zasięgu regionalnym. Zaopatruje w produkty spożywcze tysiące podmiotów handlu detalicznego i gastronomii na Mazowszu. W tym roku obchodzi jubileusz 20-letnia działalności.

### Wróćmy do początków...

Dwadzieścia lat temu rozpoczynano organizowanie rynku sprzedaży towarów – następował rozpad starych struktur dystrybucji produktów w oparciu o sieć Społem. W tym okresie w Warszawie działała tzw. giełda na Okęciu; było to jedyne przedsięwzięcie zbliżone do rynku hurtowego. – Praska Gielda Spożywcza powstała w 1991 r. i wówczas nie byliśmy w pełni świadomi, że tworzymy rynek hurtowy. Był

to handel bardzo żywiołowy i w związku z tym zupełnie nieuporządkowany – wspomina prezes PGS Zenon Daniłowski. Sprzedaż produktów rolnych bezpośrednio z samochodów, prowadzona przez rolników, ogrodników czy sadowników, była stopniowo zastępowana przez dystrybucję w pawilonach. Wtedy też zapadła decyzja, że oferta PGS będzie kierowana raczej do hurtownika niż klienta indywidualnego, czyli zaczęto organizować handel hurtowy.

– Już wtedy dążyliśmy do stworzenia klientom oferty kompleksowej, aby na Praskiej Gieldzie, a więc w jednym miejscu, mimo że w różnych hurtowniach, można było nabyć pełną gamę produktów: owoce, warzywa, artykuły przetworzone, wyroby mięsne, ryby, napoje. W ten sposób oferowaliśmy w zasadzie wszystko, co było potrzebne ówczesnemu sklepowi spożywczemu – podkreśla prezes PGS.

### Jak jest dzisiaj?

Pozycja PGS na rynku warszawskim jest bardzo silna, szczególnie w dystrybucji mięsa i jego wyrobów. Szacuje się, że dziennie aglomeracja warszawska spożywa około 350 ton mięsa i jego przetworów, zaś obroty nimi na PGS wynoszą około 100 ton dziennie, czyli prawie 30 proc. zaopatrzenia Warszawy. Bardzo wysoki udział Praskiej Gieldy przypada również na obrót jajami – ponad 10 proc. Mamy też 10 proc. wkładu w sprzedaż jogurtów, masła i sera. Z dwunastu hektarów powierzchni użytkowej ponad cztery zajmują na PGS hale targowe, w których działalność prowadzą duże i średnie hurtownie oferujące klientom pełen asortyment produktów spożywczych, a także opakowania i artykuły chemii gospodarczej. Na Praskiej Gieldzie działa stale ponad 100 operatorów wynajmujących teren dla handlu oraz 100-500 producentów prowadzących sezonowo sprzedaż ze środków

transportu. Codziennie na Praskiej Gieldzie zakupów dla handlu detalicznego, drobnych hurtowni i gastronomii dokonuje od 2,5 do 4 tys. kupców, a dzienna wielkość masy towarowej w obrocie wynosi około 1 tys. ton o wartości ponad 5 mln zł. Praska Gielda zaopatruje w produkty stolicę i znaczną część województwa mazowieckiego. W samej prawobrzeżnej części Warszawy oraz w Śródmieściu liczba sklepów zaopatrujących się na PGS w mięso i nabiał przekracza 60 proc. Gielda jest jednym z największych pracodawców w regionie. Na jej terenie znajduje zatrudnienie blisko tysiąc osób.

### PGS – tradycyjnie, regionalnie i zdrowo

Praska Gielda jest pionierem w tworzeniu profesjonalnego kanału dystrybucji żywności wysokiej jakości, tradycyjnej i ekologicznej, która zdobywa coraz większą popularność. Wielu producentów woli sprzedaż bezpośrednią. Dobrze to widać podczas organizowanych od pięciu lat Dni Produktów Tradycyjnych „Polskie Smaki”, podczas których swoje wyroby prezentowało do tej pory kilkuset producentów tradycyjnych z całego kraju. – Taka sprzedaż występuje na całym świecie, dodaje kolorytu, jest atrakcyjna i ceniona przez klientów, którzy kupując produkt, wiedzą, że sprzedawca jest jednocześnie jego wytwórcą. To z ko-

lei utwierdza nabywcę w przekonaniu, że ma w ręku wyrób najwyższej jakości. Aby zwiększyć udział produktów tradycyjnych w naszej diecie do, powiedzmy, kilkunastu procent – sprzedaż bezpośrednia nie wystarczy. Trzeba budować profesjonalne kanały dystrybucji, wspierać producentów, by wytwarzali większą ilość jednorodnych wyrobów, które staną się przedmiotem handlu, a nie incydentalnej sprzedaży kiermaszowej. Tak więc działalność PGS jest nakierowana na budowę profesjonalnych kanałów dystrybucji i na promocję żywności tradycyjnej.

### Z duchem czasu

Praska Gielda Spożywcza jest instytucją nowoczesną. Kilka lat temu wprowadzono rozwiązanie poprawiające bezpieczeństwo obrotu żywnością, a każda hurtownia ma certyfikat HACCP. W perspektywie najbliższych lat PGS stawia na poprawę infrastruktury. Zgodnie ze strategią światowych rynków hurtowych, będzie także poszerzać gamę oferowanych produktów, dodając do nich więcej ryb, cytrusów, jak również zadba o ich lepszą ekspozycję. Kolejnym celem na najbliższe lata jest rozwój nowych usług dla klientów – zwiększenie zakresu dowozu towarów oraz rozszerzenie skali zamówień internetowych.

Na podst. mat. PGS  
oprac. Wydział Komunikacji  
Zewnętrznej

## „Pro Masovia” dla Praskiej Gieldy

Dwadzieścia lat działalności Praskiej Gieldy Spożywczej – jednego z największych i najnowocześniejszych rynków hurtowych w Polsce stało się okazją, by uhonorować tego znaczącego dystrybutora artykułów spożywczych Medalem Pamiątkowym „Pro Masovia”.

Medal ten nadawany jest podmiotom, które całokształtem działalności zawodowej, społecznej, publicznej lub realizacją swoich zadań na rzecz województwa mazowieckiego wybitnie przyczyniły się do gospodarczego, kulturalnego czy społecznego rozwoju Mazowsza. Praska Gielda Spożywcza jest pionierem w tworzeniu profesjonalnego kanału dystrybucji żywności tradycyjnej i ekologicznej. Wychodząc naprzeciw rosnącemu zapotrzebowaniu na produkty spożywcze z naturalnych składników, oparte na tradycyjnych metodach wytwarzania, mając także na uwadze potrzebę stworzenia krajowego rynku na te wyroby, od kilku lat podejmuje działania, aby znalazły one stałe miejsce w obrocie handlowym na szerszą skalę. PGS włącza się także w działalność pozabranżową. Jest mecenasem kultury, bierze udział w akcjach charytatywnych, prężnie działa na rzecz społeczności lokalnej, aglomeracji warszawskiej i całego Mazowsza.

Opracowała  
Agnieszka Stabińska – Wydział Komunikacji Zewnętrznej

