

Rynki hurtowe mają się dobrze

Z **Zenonem Daniłowskim** – prezesem Praskiej Giełdy Spożywczej – rozmawia Mieczysław Wodzicki.



Zenon Daniłowski – prezes Praskiej Giełdy Spożywczej

Jakim potencjałem dysponuje Praska Giełda Spożywcza?

– Praska Giełda Spożywcza jest klasycznym rynkiem hurtowym artykułów spożywczych. Giełdę tworzy ponad 120 hurtowni mięsnych, nabiałowych, owocowo-warzywnych oraz ogólnospożywczych. Staramy się, aby oferta operatorów była komplementarna, tak żeby klienci reprezentujący punkty detaliczne mogli kupić wszystko w jednym miejscu. Nasi klienci to głównie mieszkańcy Warszawy i wschodniego Mazowsza.

Teren giełdy liczy 12 ha, z czego pod dachem znajduje się jest 4,5 ha – hal, chłodni, mroźni i wiat.

Największy udział osiągnęliśmy w rynku mięsa. Dzielne spożycie aglomeracji warszawskiej to ponad 300 t, z czego dziennie na naszej giełdzie jest sprzedawane 90 t mięsa i jego przetworów. Zatem trzecia część konsumowanego w Warszawie mięsa przepływa przez Praską Giełdę Spożywczą. Mięso stanowi największy udział ilościowy w obrocie giełdy. Jesteśmy także istotnym dostawcą do Warszawy nabiału, czyli wszystkich produktów na bazie mleka.

Z giełdy pochodzi 15 proc. jaj, które są sprzedawane w detalu na rynku warszawskim.

Owoce i warzywa na Praskiej Giełdzie Spożywczej to pozycja delikatesowa. Oferujemy owoce i warzywa oraz cytrusy o najwyższej jakości i stąd nasze obroty nie są imponujące. Nasz udział w rynku stołecznym szacujemy na około 5 proc., co stanowi dla nas wyzwanie, by go zwiększyć.

Czy w związku ze spowolnieniem gospodarczym zmniejszyły się obroty giełdy?

– Produkcja i handel żywnością nie odczuły skutków kryzysu, bowiem żywność jest tym towarem, którego konsumpcję redukujemy w ostatniej kolejności. Na Praskiej Giełdzie Spożywczej miniony rok był okresem wyczekiwania, ponieważ kryzys, ma również oddziaływanie na psychikę przedsiębiorców, którzy boją się podejmowania nowych wyzwań inwestycyjnych. W ub.r. inwe-

stowaliśmy głównie w projekty podnoszące jakość powierzchni handlowych. Przybyło chłodni, poprawiliśmy standard większości obiektów. Nie mamy danych finansowych operatorów, bo te dane są poufne, ale fakt, że mamy pełne obłożenie wynajmowanych powierzchni na giełdzie, a najemcy nie mają u nas zaległości płatniczych to sygnał świadczący, że jest dobrze.

Jaka w tym kontekście rysuje się perspektywa dla innych giełd żywnościowych?

– Mówiąc o perspektywach rynków hurtowych, należy zwrócić uwagę na trendy w innych krajach. Warto tu przywołać przykład Francji, gdzie ponad 80 proc. handlu detalicznego żywnością jest skoncentrowane w sieciach. Niezależnie od tego, największe rynki hurtowe są też zlokalizowane we Francji. Bierze się to stąd, że wraz ze wzrostem poziomu rozwoju ekonomicznego i stopy życiowej, zwiększa się spożycie żywności w restauracjach, a generalnie poza domem. Większość restauracji i barów to klienci rynków hurtowych.

W Polsce obserwujemy podobną tendencję – gastronomia, sieci zbiorowego żywienia zaopatrują się u nas na giełdzie dlatego, że mamy najlepsze i najświeższe mięso i inne produkty. Rynki hurtowe oferują też najlepsze owoce i warzywa. Mamy jeszcze to „coś”. Jest to kontakt interpersonalny między tym – kto sprzedaje, a tym – kto kupuje. Nie działamy w sposób, jak w wielkich halach cash&carry, gdzie klient staje przed górą towarów i jest osamotniony w wyborze. U nas można porozmawiać, negocjować cenę, a stały klient ma upusty. To jest żywy handel. I ma on duże znaczenie dla kupujących. Rodzinne sklepy, restauracje, catering cenią możliwość rozmowy o produkcie, radę przy zakupie i częsty rabat cenowy. Na całym świecie rynki hurtowe dzięki świeżości produktu oraz interpersonalnym kontaktom z odbiorcą utrzymują bardzo mocną pozycję w łańcuchu dystrybucji.

Największym rynkiem hurtowym jest Rungis pod Paryżem, gdzie handluje się na 140 ha. Ostatnio

odbyła się tam światowa konferencja rynków hurtowych, w której brały udział istotne podmioty w dystrybucji żywności z różnych krajów europejskich i egzotycznych. Wraz z rozwojem Warszawy, będzie rozwijała się także dystrybucja żywności. Rynki hurtowe bronią się, a Praska Giełda Spożywcza potwierdza, że mamy dobre perspektywy. W naszej strategii nie przewidujemy zmiany branży. Inwestujemy w nasz rynek, wierzymy w jego przyszłość, mamy projekty jego rozwoju.

Wiele się mówi o potrzebie poprawy opłacalności producentów żywności. Jedną z możliwości jest organizowanie się rolników czy sadowników w grupy producenckie i wchodzenie ich w rynek hurtowy. Jak Pan ocenia te możliwości, w kontekście tego, co ma miejsce w krajach zachodnich?

– Na rynkach hurtowych we Włoszech, Francji czy Hiszpanii, funkcjonują operatorzy przypominający nasze grupy producenckie. Jednak nasze grupy są za słabe. Jeśli nawet taką grupę stworzy kilkudziesięciu producentów, wyspecjalizowanych np. w produkcji ziemniaka, to i tak nie są oni w stanie uruchomić swojego punktu sprzedaży na żadnym rynku hurtowym. Specjalizacja w jednym produkcie powoduje, że oferta jest zbyt wąska. Większe sukcesy na Zachodzie odnoszą firmy, które oferują większą gamę produktową, np. całą gamę owoców i warzyw lub sery, ale w pełnym ich wyborze. Na Rungis sery sprzedaje wiele zrzeszeń producentów, które mają po kilkadziesiąt rodzajów sera.

Konstruowanie polskich grup producenckich, jako małych organizacji, powoduje, że nie mają one siły, by być istotnym graczem na rynku.

Przybywa wam coraz silniejsza konkurencja w postaci ofert zamieszczanych w Internecie. Czy rozszerzanie się sprzedaży hurtowej przez Internet, może zagrozić

funkcjonowaniu takich giełd jak wasza i skądże je na rolę zaopatrzeniowca dla małych detalistów?

– Każdy liczący się operator na Praskiej Giełdzie Spożywczej ma własną stronę internetową. Część z nich prowadzi aktywne formy sprzedaży, w tym i przez Internet. Sprzedaż stacjonarna, czyli taka, kiedy sklep przyjeżdża na naszą giełdę, stanowi około połowy obrotów. Drugą część operatorzy realizują poprzez serwisowanie odbiorców. Większy operatorzy mają zespoły handlowców, liczące niekiedy po kilkadziesiąt osób. Wyposażone są w najnowsze środki do składania zamówień on-line. Większość hurtowni przyjmuje od swoich odbiorców zamówienia drogą internetową. Jeżeli chodzi o poziom zaawansowania informatycznego, to myślę, że nie ustępujemy w niczym hurtowniom sieciowym.

Hurtownie spożywcze wycofują się z różnych rozproszonych lokalizacji i koncentrują się na rynkach hurtowych, ponieważ osiąga się tutaj efekt synergii. Łatwiej jest wspólnie funkcjonować, bo klient przyjeżdżający do jednej firmy widzi drugą, trzecią... Tu są niższe koszty funkcjonowania. My zabezpieczamy utrzymanie porządku, wszystkie media, miejsca parkingowe dla samochodów dostawczych i całodobową ochronę. Zabezpieczamy promocję. Operator, który zlokalizuje swoją działalność na rynku hurtowym jest w lepszej sytuacji niż ten, który samotnie działa gdzieś tam w Polsce.

Taki rynek, jak nasz, spełnia także i rolę mobilizującą. Zmusza operatorów do wdrażania wszelkich nowinek. Jak ktoś nie jest innowacyjny w sprawach jakości czy sposobu obsługi, to wypada z gry. Stąd uważam, że rynki hurtowe nadążają za wyzwaniem nowoczesności, co do sposobu sprzedaży, serwisowania, jak i norm sanitarnych.

