

Food & Agro u progu zmian

Autor: Magdalena Kowalczyk

Data: 23 października 2019

Agrokonferencja to kluczowe wydarzenie w branży Food & Agro. Organizatorem dorocznych spotkań dla przedsiębiorców z branży spożywczej jest Bank BNP Paribas. Tegoroczna edycja odbyła się 17 października w Gdańsku. Jej uczestnicy dyskutowali o relacjach między dostawcami, dystrybutorami i konsumentami.

Ewolucja czy rewolucja w ekosystemie dostawca – dystrybutor – konsument? Nad odpowiedzią na to pytanie zastanawiali się uczestnicy tegorocznej edycji Agrokonferencji, zorganizowanej przez Bank BNP Paribas Food & Agro. Podczas spotkania poruszane były również takie wątki jak: innowacje, strategia eksportowa, modele współpracy pomiędzy producentem a dystrybutorem, nowe kanały sprzedaży czy strategie brandingowe.

Food & Agro i Agrokonferencja 2019



Agrokonferencja to kluczowe wydarzenie w branży Food & Agro

fot. Magdalena Kowalczyk

Podczas [Agrokonferencji](#) Przemysław Gdański, prezes zarządu Banku BNP Paribas zaznaczył, że *otaczający nas świat zmienia się dramatycznie szybko*.

– ***Ktoś kiedyś powiedział, że świat jeszcze nigdy nie zmieniał się tak szybko i nigdy nie będzie się zmieniał tak wolno jak teraz.*** To najlepiej opisuje proces przyspieszania zmian. Odnalezienie się w tym samo w sobie jest wyzwaniem – powiedział Przemysław Gdański. – *Dane stają się kapitałem. Technologia wypiera czynnik pracy ludzkiej wszędzie gdzie to jest możliwe. To zjawisko naturalne przy rosnących kosztach pracy. Polscy przedsiębiorcy potrafią automatyzować, robotyzować i unowocześniać swoje przedsiębiorstwa w szybkim tempie. Doskonale rozumieją, że obecna sytuacja na rynku pracy, perspektywa dalszego wzrostu pod presją płacową to wymusza – ocenił.*

Ewolucja czy rewolucja?

Jak podkreślił Bartosz Urbaniak, szef Bankowości Agro BNP Paribas na Europę Środkowo-Wschodnią i Afrykę, zmiany w ekosystemie dostawca-dystrybutor – konsument przebiegają na tyle szybko, że *„jesteśmy gdzieś pomiędzy ewolucją a rewolucją”*.

– *Co się zmienia? Rola dystrybutora, która nie jest już tak wszechwładna jak była wcześniej. Media społecznościowe dały konsumentom głos. Zadaniem i rolą konsumentów jeszcze kilkanaście lat temu było tylko i wyłącznie konsumowanie. Teraz dzięki mediom społecznościowym, pojedynczy konsument jest w stanie wejść w spór z producentem żywności, albo go nawet wygrać zgłaszając zastrzeżenia do jego produktów. To samo tyczy się dystrybutorów. **Istotą zmiany jest to, że konsumenci przestali być niemi. Oni zaczynają mówić i w bezpośredni sposób wymuszają dostosowanie do swoich poglądów i potrzeb*** – zauważył Bartosz Urbaniak.

Przed nami rewolucja konsumencka



Panel dyskusyjny „Partnerstwo”, Agrokonferencja 2019

fot. Magdalena Kowalczyk

To jest dopiero początek rewolucji konsumenckiej. Tego jeszcze nikt tak nie nazwał, może będę pierwszy – mówił w rozmowie z agrofakt Bartosz Urbaniak.

*– Zaczynamy coraz bardziej dbać o siebie, widzimy tego efekty. Postępują tak nie tylko sportowcy, którzy grają o 10 lat dłużej w piłkę, ale też każdy z nas. **Jesteśmy w przededniu tego, żeby udało się ustalić indywidualną dietę dla każdego z nas.** To by oznaczało absolutną rewolucję jeśli chodzi o produkcję artykułów żywnościowych – przewiduje Bartosz Urbaniak.*

Food & Agro u progu zmian

Zdaniem Bartosza Urbaniaka bardzo prawdopodobne jest, że już za kilkanaście lat branżę Food & Agro czekają ogromne zmiany.

*– **Prawdopodobnie każdy z nas będzie chodził za kilkanaście lat z własną, indywidualną receptą genetyczną. W związku z tym producenci będą musieli się do tego dostosować.** Choć na razie pewnie się słucha tego, jakbym opowiadał o podróży na Marsa czy w inną galaktykę, ale ja uważam, że jest to kwestia kilkunastu lat. Każdy z nas będzie wtedy wiedział jakiego typu produkty ma spożywać. W związku z tym trzeba będzie zupełnie zmienić format produkcji, dystrybucji – twierdzi Bartosz Urbaniak.*

Czy artykuł był przydatny?

Kliknij na gwiazdkę, by zagłosować

-
-
-
-
-

Submit Rating

Ocena / 5. Liczba głosów

