

Organic Marketing Forum

17.05.2010

Organic Marketing Forum w Warszawie po raz kolejny z większą liczbą wystawców. Coraz więcej uczestników z Europy Wschodniej, rozdanie BioBrotBox wśród odwiedzających, liczba uczestników utrzymana na poziomie z roku 2009.

Nieustannie wzrasta rola Europy Środkowej i Wschodniej jako rynku zbytu dla produktów ekologicznych oraz jako oferenta surowców naturalnych i wysokowartościowych produktów spożywczych. 5. Organic Marketing Forum, które odbyło się w dniach 6-7 maja zgromadziło ok. 380 uczestników z ponad 30 krajów. Wzrosło również znaczenie polityczne tej branży, o czym świadczy udział w spotkaniu Wiceministra Rolnictwa z Polski Artura Ławniczaka oraz z Republiki Czeskiej Jiri Urbana. Pomimo kryzysu gospodarczego, finansowego i klimatycznego, branża ta nadal wykazuje stabilność. Podczas licznych, fachowych wykładów wielokrotnie podkreślano rozwiązania, jakie może dać rolnictwo ekologiczne na społeczne i gospodarcze problemy.

Po raz pierwszy podczas OMF Polska Ekologia przy wsparciu Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi zaprosiła uczestników spotkania na ekologiczny poczęstunek. "Cieszymy się, że udało nam się pozyskać Polską Ekologię do grona naszych partnerów obok Ekoland, CDR i ORA, jak również ze wsparcia Polskiego Ministerstwa. W ten sposób możemy zaoferować polskim przedsiębiorstwom ekologicznym jeszcze lepszą platformę do rozwoju krajowego i międzynarodowego handlu", powiedział Bernhard Jansen, dyrektor EkoConnect.

Główna idea EkoConnect, mająca na celu łączenie ludzi i rynków Europy Środkowej i Wschodniej oraz Wschodu z Zachodem, przejawia się również w koncepcji Forum. Wykład Martina Otta - prezydenta FiBL, który rozpoczął konferencję, przedstawił dążenie rolnictwa ekologicznego do długotrwałości produkcji i rynku. Kolejne wystąpienia dotyczyły rozwoju rynku w różnych regionach oraz strategii przy rozbudowie rynków regionalnych i międzynarodowej współpracy, nawiązując tym samym do motta spotkania "Sprawiedliwy i odpowiedzialny handel - Ekologiczne gospodarowanie - Wygrana przyszłość". Równolegle do konferencji trwały warsztaty, podczas których międzynarodowi uczestnicy dyskutowali na temat perspektyw i możliwości handlu w przetwórstwie mięsnym, handlu międzynarodowym oraz GMO.

Zebrani chwalili miłą atmosferę spotkania oraz liczne możliwości nawiązania międzynarodowych kontaktów, wspierane po raz pierwszy w tym roku przez Biznes Giełdę Partnerską. Chęć współpracy potwierdza również akcja BioBrotBox w ramach, której sprezentowano wszystkim uczestnikom pudełka na śniadanie wypełnione polskimi produktami ekologicznymi. To dobry przykład ilustrujący postawę "ucząc się od siebie" na podstawie pozytywnych doświadczeń innego kraju. Wkrótce akcje BioBrotBox będą przeprowadzane również w polskich szkołach.

Organic Marketing Forum zostało objęte patronatem Polskiego Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz IFOAM EU Group. Więcej informacji na www.organic-marketing-formu.org.

Źródło: Monika Swigon, EkoConnect (<http://www.ekoconnect.org/index.php?lang=polish>)