

MÜNCHENSKI SAJMOVI U RAZVOJ NAŠEG GOSPODARSTVA

Grad München pripada među pet vodećih sajamskih gradova u Njemačkoj, a münchenki sajmovi uglavnom su najpoznatiji svjetski sajmovima iz određenog područja. Tijekom 2007. na prostoru novoga sajamskoga prostora u Münchenu održano je dvadesetak specijaliziranih sajмова i izložaba, s više od 2 milijuna stručnih posjetitelja iz cijeloga svijeta. Sajmovi su u Münchenu iznimno važni i za hrvatsko gospodarstvo jer se naše tvrtke neposredno mogu u kratkom vremenu upoznati sa svjetskim trendovima te na taj način dobiti uvid u stanje konkurencije i procijeniti svoje šanse na europskom i svjetskom tržištu.

na Sajmu turizma gdje je naša zemlja bila zemlja partner. Istodobno s izložbom Hrvatske turističke zajednice, Hrvatska je gospodarska komora organizirala posebnu izložbu *Be Croativ* radi promocije hrvatskih robnih marka s oznakama *Izvorno hrvatsko* i *Hrvatska kvaliteta*. Bili su uključeni najpoznatiji hrvatski brendovi (*Podravkina* vegeta, *Plivin* sumamed, *Gavrilovićeve* salama, *Dukatovi* sirevi, lepoglavska i paška čipka i sl.). Posjetitelji sajma mogli su se upoznati s turističkim mogućnostima Hrvatske, a izložbu su posjetili dr. Edmund Stoiber, premijer Bavorske i dr. Ivo Sanader premijer hrvatske Vlade. Bila je i izvrsno posjeće-

varskom obrtničkom komorom i sklopljeni brojni novi poslovi. Hrvatska se predstavila i na Sajmu transporta na kojem su uspostavljeni novi poslovni kontakti, a izlagači su bili: *Luka Rijeka*, Lučka uprava Rijeka, *Ralu logistica*, *Hrvatske željeznice*, *Gredelj*, *Kos transporti* i dr.

Posebno valja istaknuti izlaganje na sajmu građevnih materijala *Bau* (*Exportdrvo* i HGK), sajmu građevinskih strojeva i opreme *Bauma* (tvrtka *Rasco*) te Sajmu nekretnina (*Kapital konzalting* i HGK). Cilj je svih tih izlaganja bio istražiti tržište i sklopiti nove i povoljne poslove. Stoga se hrvatska nazočnost na sajmovima u Münchenu tijekom 2007. može ocijeniti vrlo dobrom i zadovoljavajućom. Ipak još mnoge naše tvrtke imaju određene sumnje o svrsishodnosti nazočnosti na takvim sajmovima i susreća sa svjetskom konkurencijom. Njih bi trebalo posebno podržati i ohrabriti jer sudjelovanje na svjetskim sajmovima nije trošak nego investicija. Pritom je nazočnost važnija od veličine štanda na kojem se pojedina tvrtka predstavlja. To financijski potiče i hrvatsko Ministarstvo gospodarstva, a nakon što Hrvatska postane punopravan član Europske unije izlagači će dobivati i financijsku potporu iz europskih fondova.

Za što uspješniju pripremu vrlo je važna pravodobna prijava jer uprava sajma odmah prijavu stavlja na internet što pruža mogućnosti za izravnu poslovnu komunikaciju. Isto bi tako nazočnost na određenom sajmu trebalo medijski posebno najaviti te pozvati svoje stalne partnere. Münchenki se sajmovi zauzvrat trude velikom mrežom svojih zastupnika po cijelom svijetu privući što više inozemnih i domaćih posjetitelja jer poznato je da je zadovoljan samo



Detalj s izložbe građevinskih materijala *Bau* 2007 u Münchenu

Sve se češće događa da se mnoge hrvatske tvrtke uspješno koriste münchenkim sajmovima za poslovne kontakte i plasiranje svojih proizvoda na strana tržišta. Ti su nastupi sve kvalitetniji i dobro pripremljeni, a i hrvatski proizvodi postaju sve konkurentniji pa ih treba što bolje predstaviti i Europi i svijetu. Najbolji je primjer nazočnost Hrvatske

na press-konferencija, a obje su izložbe njemačkim posjetiteljima prikazale onakvu Hrvatsku kakvu dosad nisu poznavali.

Hrvatsku nazočnost na Sajmu obrtništva tradicionalno organizira Hrvatska obrtnička komora i taj je sajam mjesto susreta hrvatskih obrtnika s obrtnicima iz cijelog svijeta, a uspostavljeni su vrlo dobri odnosi s Ba-

Sajmovi i skupovi

onaj izlagač koji ima mnogo upita i posjeta na svom izlagačkom mjestu.

U 2008. godini održat će se neki sajmovi za koje vlada veliko zanimanje: sajam turizma *C+B+R*, sajam obrtništva *IHM*, sajam odlaganja otpada *IFAT*, sajam informatike *Systems* i sajam nekretnina *Expo-*

Real. To je prava prigoda hrvatskim tvrtkama za izlaganje ili posjet radi unapređivanja poslovanja. Za tvrtke koje još nisu spremne izlagati ili još nemaju odgovarajući proizvod to je mjesto gdje mogu osjetiti atmosferu i razgledati ponudu svoje konkurencije. Zastupstvo Münchenskog sajma u Hrvatskoj spremno je pomoći u

svim fazama odlučivanja, putovanja i smještaja u Münchenu. Adresa je:

Belimpex, A. Štrbana 18,
Zagreb, tel.: 01/3638-363, 3648-276,
e-mail: bel-impex@zg.t-com.hr.

A. Belan