

Pracowity czas

Wrzesień był trudnym miesiącem dla Wydawnictwa BUSINESS IMAGE.

Nasi reprezentanci uczestniczyli we wrześniu w targach Taropak (15-18.09), PlastUkraina (Kijów; 23-25.09), RubPlast (24-26.09). Już 3 października rozpoczęły się II edycje Kongresów Przemysłu Tworzyw i Przemysłu Gumy i Kauczuków, w których wzięło udział kilkuset uczestników. Huk pracy i wymagający sprawdzian dla

stosunkowo niezbyt licznej personelu firmy. Wg uczestników Kongresów i naszych targowych Gości – test został zaliczony z wyróżnieniem...

Jako, że o Kongresach i Taropaku piszemy w innym miejscu tego numeru, zaś PlastUkraina niczym nie zaskoczyła, pozwolimy sobie poświęcić nieco miej-

scą pierwszej edycji RubPlastu. Targi w Sosnowcu dedykowane głównie branży gumowo/kauczukowej na starcie zetknęły się z dość dużym sceptycyzmem potencjalnych wystawców. I słusznie, bowiem nieufność i konserwatyzm to cechy, które pozwoliły naszej branży przetrwać trudne chwile. Oczywiście, pierwsza edycja targów nikogo nie



Załoga naszego wielonarodowego, partnerskiego stoiska (od lewej): Waldemar Sobański (RUBBER Review), Eric Heulmé (Dyrektor SAFIC-ALCAN Francja), Piotr Waliś (Dyrektor SAFIC-ALCAN Polska), Joanna Biegalska (RUBBER Review), Barbara Brodzińska (Product Manager SAWEX), Andrzej Smorawiński (RUBBER Review), Marek Walędziak (Dyrektor DOW CORNING Polska), Jean Pierre Ventura (European Commercial Manager DOW CORNING Engineered Elastomers Industry), niżej Zbigniew Heinrich (RUBBER Review).



powaliła na kolana, wręcz przeciwnie, można stwierdzić, że targi od strony liczby wystawców były mikroskopijne. Ale RubPlast zaprezentował kilka zalet, które pozwalają myśleć o rozwoju tego przedsięwzięcia. Przede wszystkim infrastruktura. Targi odbywają się w pachnącej jeszcze świeżą farbą nowoczesnej hali SilesiaExpo w Sosnowcu. Techniczny i designerski poziom hali nie odbiega od nowoczesnych europejskich standardów przy okazji tego rodzaju budowli. Tutaj nie zabraknie prądu, podłoga wytrzymuje nacisk 6 ton na m², zaś wystawcy dysponują wszelkimi niezbędnymi instrumentami pomocnymi w realizacji wystawienniczych strategii. Ten obraz dopełniają bezproblemowy dojazd dwupasmówkami oraz przestrzenne parkingi. To dobry początek pod budowę ośrodka targowego z prawdziwego zdarzenia.

Położenie to kolejny atut RubPlastu. Na Śląsku funkcjonuje ponad połowa przetwórców kauczuków w Polsce (pomijając oponiarzy). Jest tu również silne grono przetwórców tworzyw. Czyli naturalny potencjał publiczności targowej. Która zresztą nie zawiodła i dość licznie stawiła się na pierwszy RubPlast. To dobrze rokuje na przyszłość.

RubPlast jest adresowany do branży gumowej, stąd też ze strony Wydawnictwa BUSINESS IMAGE rozgrywającymi podczas targów byli patroni branżowi imprezy: kwartalnik RUBBER REVIEW i portal RUBBER ONLINE (www.rubber.pl). W związku z dobrym położeniem geograficznym i spodziewaną sporą liczbą odwiedzających – zaprosiliśmy do wspólnego wystawiennictwa na RubPlastie kilka dobrych kauczukowych marek: warszawską Spółkę SAWEX, kon-

cern DOW CORNING oraz polski oddział Spółki SAFFIC-ALCAN. Wraz naszymi Partnerami, pomijając dwa stoiska z maszynami, zajęliśmy największe na targach stoisko (ok. 40 m²) z bardzo dobrą lokalizacją. Wg opinii naszych partnerów, wystawiennicza współpraca wszystkim stronom przyniosła pozytywne efekty. Czytelnicy RUBBER REVIEW, trafiając na stoisko mogli się zapoznać z ofertą handlową naszych partnerów. **Propozycje biznesowe naszych partnerów wielu miejscach uzupełniały się, czy wręcz zapełniały. Zdarzało się wielokrotnie, że Goście naszego stoiska mający dość niekiedy obszerne zainteresowania surowcowe, przechodzi od stolika do stolika – i nikt nie wychodził z pustymi rękoma. I o to przecież chodzi na targach!**

Goście zaczęli przybywać na nasze stoisko, zanim jeszcze oficjalnie zaczęły się targi...