

6. Agrokomples Nitra

Poloha:



História:

Myšlienka založenia výstavníckej organizácie na podporu agro-potravinárskeho komplexu vzišla od rezortu pôdohospodárstva. História organizácie siaha do roku 1973, kedy vzniklo Výstavníctvo poľnohospodárstva a potravinárskeho priemyslu so sídlom v Nitre, ktoré zabezpečovalo svoju činnosť prostredníctvom štyroch stredísk: aranžérsko-reprodukčného, zámočnickeho, montážno-stavebného a projekčného. Výstavný areál bol odovzdaný do užívania v roku 1974.



1.1. 1976 bola zriadená účelová organizácia Agrokomples – Výstavníctvo stálej celoštátnej poľnohospodárskej výstavy v Nitre, ktorá sa organizačne utvorila z existujúceho odštepného závodu s počtom 380 zamestnancov.

Pôvodné zameranie vtedajšej výstavy Agrokomplex bolo predovšetkým didakticko – náučné. Semináre, súťaže a prednášky počas výstavy pomáhali naďalej zdokonaľovať odvetvie poľnohospodárstva. Z tohto obdobia nemožno nespomenúť progresívne projekty sadovej architektúry a starostlivosti o pôdu, moderné formy v rastlinnej a živočíšnej výrobe. Najväčšej pozornosti sa tešili najnovšie vynálezy poľnohospodárskej mechanizácie.



Na prvom ročníku didakticko-náučnej výstavy Agrokomplex sa zúčastnilo 53 vystavovateľov. Piaty ročník privítal 131 firiem. V roku 2007 ich bolo viac ako 600.

V roku 1989 bola z rozhodnutia ministra poľnohospodárstva a výživy SSR zriadená príspevková organizácia Agrokomplex – Výstavníctvo Nitra. Od tohto obdobia sa postupne pripravovali i nové témy veľtrhov a didakticko-náučné zameranie výstavy Agrokomplex sa menilo na komerčné s cieľom vytvoriť moderné informačné výstavné a veľtrhové podujatia zamerané na trh. Začali sa organizovať nové veľtrhové projekty, z ktorých dnes najúspešnejšie sú zamerané na nábytok a bývanie, gastrotechniku, strojárstvo, zvarovanie, zlievanie a metalurgiu, stavebnú mechanizáciu, záhradkárstvo, automobily, lesníctvo a drevospracujúce technológie.



Od 1.1. 2008 existuje výstavisko v novej právnej forme ako Agrokomplex – Výstavníctvo Nitra, štátny podnik.

Súčasnosť:

Vlastný výstavný areál s rozlohou 143 000 000 m², s krytými výstavnými plochami 40 906 m² a voľnými plochami presahujúcimi 50 000 m², predstavuje vysoko kvalitnú infraštruktúru pre vystavovateľov

a návštevníkov.

Poslaním organizácie je predovšetkým podporovať komunikáciu medzi podnikmi a podnikateľmi s existujúcimi a potenciálnymi zákazníkmi na národnej a medzinárodnej úrovni a rozvíjať obchod a medzinárodnú ekonomickú i vedecko - technickú spoluprácu.



Logo nitrianskeho výstavniska Agrokomples je tvorené z jednotlivých grafických prvkov symbolizujúcich:



DYNAMIKU



KOMUNIKÁCIU



AKCIU



na JEDNOM MIESTE



AGROKOMPLEX
VÝSTAVNÍCTVO
NITRA

Navrhnuť takéto logo nie je vôbec ľahké vzhľadom na rôznorodosť vystavovaných exponátov. Vyskúšali sme si to aj my, a takto sa nám darilo:



Kvalita



Aktuálnosť



Originalita

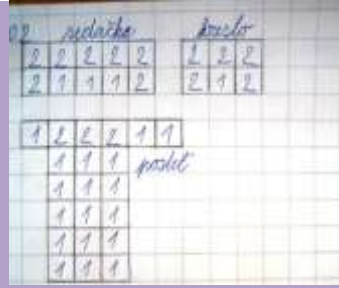
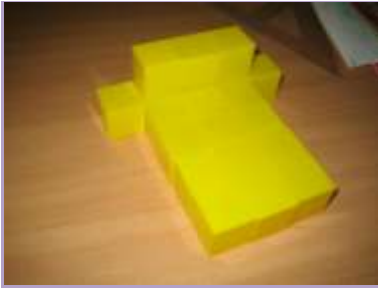


Rôznorodosť



Veľtrh nábytku a bytových doplnkov NÁBYTOK A BÝVANIE v Nitre patrí medzi najvýznamnejšie nábytkárske podujatia strednej a východnej Európy. Poprední slovenskí, ale aj európski dizajnéri a výrobcovia tu predstavujú súčasný moderný svetový dizajn nábytku, bytových doplnkov a techniky v domácnosti. Či by sme s nimi dokázali „držať krok“ sme si vyskúšali na hodine matematiky. Každá dvojica mala k dispozícii 20 kociek, pomocou ktorých mala navrhnuť čo najzaujímavejšiu sedáciu súpravu, samostatné kreslo a manželskú posteľ. Aby sme zároveň získali aj základy priestorového videnia, prekreslili sme každý vzniknutý výrobok do rovinného záznamu. Rysovanie plánov ako pôdorysov s vyznačením počtu kociek v každom stĺpci sme zvládli pomerne ľahko. Následne sme si vzniknuté plány vymenili a pokúsili sme sa zostaviť nábytkové zostavy podľa „dizajnérov“ zo susednej lavice:





Okrem slovenských firiem predstavujú na výstavisku svoje výrobky aj výrobcovia nábytku a bytových doplnkov predovšetkým z Českej republiky, Nemecka, Rakúska, Talianska, Francúzska, Fínska, Poľska, Maďarska, Rumunska i niektorých ázijských štátov. Obstať v takejto konkurencii je veru ťažké. Kvalita každého vystavovaného slovenského výrobku je však porovnateľná s kvalitou svetových výrobkov. Ale výhod slovenských výrobkov je hneď niekoľko:

- väčšinou sú lacnejšie / ušetrí sa na doprave /
- pri kúpe slovenských výrobkov dostane peniaze slovenský podnik
- slovenský podnik odvedie dane do slovenského rozpočtu a vyplatí mzdy slovenským robotníkom
- slovenskí robotníci zo svojho zárobku tiež odvedú dane do slovenského rozpočtu
- ak dáme zarobiť slovenskému robotníkovi, nemusí dostať výpoveď a žiť z podpory, ktorú dostane zo slovenského rozpočtu

I keď ako štvrtáci ešte úplne princípom štátnej ekonomiky nerozumieme, dokážeme pochopiť, že je lepšie dať zarobiť slovenskému robotníkovi ako zahraničnému. Preto sme si začali lepšie všímať, aké výrobky nakupujú naši rodičia. Obaly zo slovenských výrobkov sme potom priniesli do školy a umiestnili na slepú mapu podľa toho, kde boli vyrobené:



Aby Slováci pri nákupoch uprednostňovali slovenské výrobky, vymysleli sme niekoľko sloganov, ktoré ich propagujú:

Žiješ s nami na Slovensku?
Záleží ti na ňom?
Potom kupuj od Slovákov
rožky, maslo, šampón.

Na Slovensku, tak to býva,
jedna vlastnosť ľuďom chýba.
Nekupujú, čo je naše,
potom doma každý plače,
že je všade drahota,
chýba dobrá robota.
Daj zarobiť Slovákovi,
obráti sa všetko v lepšie.
Mliekarovi, stolárovi,
všetkým ľuďom v obci, v meste.

Podpor štátnu pokladničku,
kupuj všetko, čo je naše,
lepšie sa nám bude dariť,
viem to celkom presne.

Čo máš v svojom košíku?
Odkiaľ to k nám prišlo?
Zďaleka to cestovalo?
Spoza hraníc došlo?
Koľko stoviek kilometrov?
Po mori, či po súši?
Zabudol si, že za cestu,
zaplatiť sa musí?
Každý meter dlhej cesty,
prirátat sa k cene má,
každý, kto to dobre pozná,
na toto si pozor dá.
Cestovanie po Slovensku
nie je také nákladné,
veci u nás vyrobené,
rovnako sú kvalitné.

Zdroje:

<http://www.agrokomplex.sk/kategoria/O-NAS/>

<http://www.euroexpo.cz/3-100005-agrokomplex-nitra>