

Una nueva **Expogarden**, en formato congreso

Un año más, Expogarden ha vuelto a reunir a los actores más importantes de la jardinería en nuestro país. Con nuevo formato esta vez, la feria que congrega a los centros de jardinería y a sus proveedores ha resultado todo un éxito otra vez.

Entre los pasados días 2 y 4 de febrero tuvo lugar en Barcelona la última edición de Expogarden, la feria que, organizada por la Asociación Española de Centros de Jardinería, reúne a su socios en torno a las propuestas de los más destacados proveedores, con vistas a concretar las compras de la próxima temporada.

La última edición de esta feria itinerante (cada vez se realiza en una ciudad diferente) se ha planteado en formato de congreso, compuesta por conferencias y mesas redondas a cargo de los especialistas de cada tema.

El encuentro empezó el martes, día 2, con la celebración de la Asamblea General Ordinaria de la asociación, que dirigieron Juan Antonio Casla, el presidente de la AECJ, y Avelino Trinxet, secretario de la misma, así como varios miembros de la Junta Directiva. A continuación se celebró la Cena de Bienvenida anual con la colaboración de la empresa Massó Garden, a la que asistieron unas 220 personas. Se aprovechó la ocasión para rendir homenaje a Vicente Martínez Basaldua, que fue Presidente de la AECJ durante 8 años y falleció en julio de 2008,



entregando una placa y un álbum conmemorativo a su viuda e hijos.

Ponencias

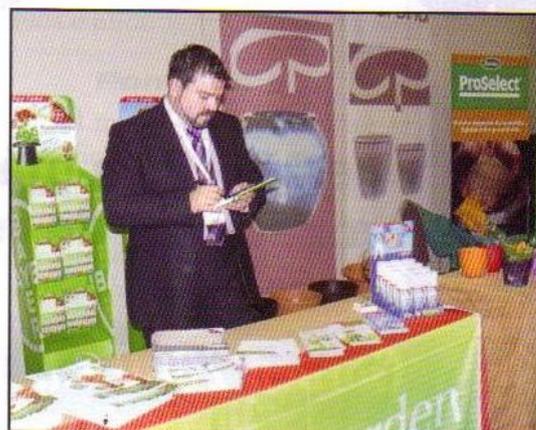
El miércoles día 3 se inauguró oficialmente el congreso de la mano de Juan Antonio Casla y Jordi Cuyás (director de Promoción de Comercio de la Generalidad de Cataluña). A continuación, dieron comienzo las distintas ponencias previstas, a cargo de expertos en diferentes modalidades empresariales.





Así, "Ecotendencias en el sector verde" fue la mesa redonda en la que participaron Marc Mignon (Consultor especializado que habló sobre la evolución de los viveros de plantas de interior hacia los actuales garden centers), Eric Bouchet (Director General de Botanic) y Antonio De Santos (Retailer Services Manager de Nielsen). Se expuso el ejemplo de Botanic, una cadena de tiendas de jardinería centrada en los productos ecológicos que busca dirigirse a un público muy concreto y, más allá de la simple venta, promueve buenas prácticas favorecedoras del medioambiente con un alto grado de compromiso social.

Asimismo, se expusieron datos sobre la evolución de la población en España, que cada vez cuenta con más hogares, pero más pequeños, y de los hábitos de consumo actuales, con hábitos cada vez más modernos, es decir, más relacionados con actividades fuera de casa, mayor status social y mayor afinidad a la tecnología. Como consumidores, los españoles buscan más calidad de vida, una buena relación calidad-precio y se preocupan por su salud. El responsable de Nielsen acabó hablando de la coyuntura económica actual, la falta de confianza del consumidor y de las últimas tendencias registradas.



El apartado "Gestión de la tienda" fue cubierto por dos ponencias. Benito García (de Benito Sports) habló sobre Gestión de stocks; mientras que Carlos Morales (de Garden Center Ejea) disertó sobre la Gestión on-line. El primero recomendó aceptar que el nuevo consumidor sabrá muchísimo, aceptar nuevos métodos de venta (Internet), crecer de una manera mas selectiva (cuestionar a los centros comerciales), seguir jugando en primera línea para ser referente del mercado, mejorar la política de personal (formación, baja rotación), valorar el riesgo y no endeudarse ni fiarse de los bancos, así como controlar los costes, que son importantísimos.

El segundo, puso el ejemplo de www.garden-centerjea.com, nacido en un contexto de necesidad de bajas inversiones iniciales, con una buena relación inversión/rentabilidad y partiendo de la base de que la Jardinería, las plantas, eran un asunto muy complicado de desarrollar en la red. Entre otras cuestiones, para ponerla en marcha se trataron temas como: Diseño web, Programación de la web, Posicionamiento web, Gestión de stocks, Gestión de proveedores, Alojamiento y servidores, Mantenimiento web, Actualización de productos y Gestión y contabilidad. Se remarcó la importancia de estar bien posicionado en los buscadores, la correcta gestión de los envíos (rapidez, medios de pago) y la realización de estadísticas de control.

La siguiente de las cuestiones abordadas, bajo el epígrafe "De Transacciones a Relaciones", fue explicada por Xavier Oliver (Profesor de IESE), quien ofreció una exposición muy gráfica con la que quiso recordar que hay que estar muy atento a cuáles son los estímulos que guían a los clientes.



Premios

Se cerró la jornada del día 3 con la tradicional entrega de los “Premios Empresariales Diego Salmerón”, que en esta su quinta edición contó con el patrocinio de la empresa Bayer.

En la categoría Campaña de Comunicación obtuvo el primer premio Corma (por su nuevo portal Web) y el segundo recayó en Compo (por su proyecto Óptima de desarrollo en la tienda).

En la categoría Innova fue Semillas Batllé la que, con la gama Jardín Sano, obtuvo el primer premio, siendo el segundo ganador la empresa Productos Flower con su nueva colección de productos “Listo para diluir”.

Segundo bloque de ponencias

El jueves día 4 se impartió el bloque de ponencias dedicadas a Recursos Humanos.



buena información y que haga que nos ocupemos de todo aquello que dependa de nosotros, haciéndolo –en lo posible– mejor y de una forma más eficiente (con mayor productividad y menor coste). Las crisis son, ante todo, cambios profundos. Y los cambios son las principales fuentes de las oportunidades. Hay que estar atentos para aprovecharlas”.

Proveedores y novedades

Ambos días, entre las ponencias y las pausas para cafés o almuerzo, todos los asistentes pudieron visitar los diferentes espacios que las empresas colaboradoras tenían con sus novedades. ●



“La importancia de tener un modelo” y “¿Cómo incentivar al personal?” fueron los temas tratados por Oriol Montanyà (director de Comunicación de Mercadona), quien expuso las diferencias entre el modelo tradicional y el que ha llevado al éxito a Mercadona; y David Ventura (director de Recursos Humanos de Angrup), quien explicó que los incentivos para motivar al personal redundan en un mejor resultado en la empresa, en una mesa redonda que moderaba Muntsa Vilalta (de Clarescet).

Por su parte, el tema “Liderazgo en tiempos de Crisis” fue desarrollado por Pablo Cardona (Profesor de IESE), que animó a los presentes asegurando que, frente a la crisis “es importante mantener una actitud realista, aunque positiva, basada en

