

**Lider  
Biznesu**  
OGRODNICZY MAGAZYN BRANŻOWY



Czytaj regularnie  
i bądź na bieżąco

**Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy** to czasopismo skoncentrowane na dostarczaniu branży ogrodniczej **tekstów biznesowych na wysokim poziomie merytorycznym.**

Przy każdym wydaniu dbamy o to, by były nie tylko interesujące, ale i uzupełnione o porady ekspertów z branży ogrodniczej. Na stałe współpracują z nami znani w Polsce i na świecie dziennikarze oraz osoby z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu, marketingu i reklamie, m.in. Alicja Cecot, Tomek Ciesielski, Oliver Mathys, Tomasz Szostak czy Wojciech Wardecki. Magazyn stanowi platformę wymiany informacji na temat nowości produktowych, rozwiązań i trendów w branży ogrodniczej. Zawiera relacje z bieżących wydarzeń, a także inspirowanie do wprowadzania w życie nowych i sprawdzonych rozwiązań. ++++



Tomasz Szostak



Tomek Ciesielski



Wojciech Wardecki



Alicja Cecot



Oliver Mathys



# Do kogo docieramy z informacjami?



- Właściciele i pracownicy centrów ogrodnich, sklepów i hurtowni
- Osoby zarządzające Internetowymi sklepami ogrodnymi
- Przedstawiciele sieci handlowych z działami „dom i ogród”
- Kierownicy marketów budowlanych z działu „dom i ogród”
- Szkółkarze i producenci doniczkowych roślin ozdobnych
- Architekci krajobrazu, firmy zajmujące się utrzymaniem terenów zieleni
- Władze stowarzyszeń i związków ogrodnich
- Przedstawiciele uczelni wyższych i szkół ogrodnich

# Jeden magazyn - wiele możliwości reklamowych



artykuł merytoryczny



wywiad okładkowy

### Nowe trawnikowe TRENDY

**W** czasach niepewności związanej z COVID-19 znaczenie zadbanego trawnika – jako bezpiecznej zewnętrznej przestrzeni wypoczynku i rekreacji – istotnie się zwiększa. Tendencja ta w 2021 r. i nadchodzących latach najpewniej się utrzyma, stymulując popyt na poszerzającą się gamę produktów do zakładania oraz pielęgnacji trawników. Według prognoz agencji ResearchAndMarkets światowy segment produktów trawnikowych do 2027 r. może nawet podwoić swoją wartość!

**Tekst: Marcin Fajerski, Zdjęcia: Moja Honda**

Nie ma wątpliwości, że dla właścicieli ogrodów na całym świecie i osób je zakładających, wypielęgnowany trawnik stanowi obecnie najważniejszy element zagospodarowania przydomowej strefy wypoczynku i zajmuje co najmniej 3/5 jej powierzchni. W erze ciągłego zagrożenia COVID-19 trawniki stają się bezpiecznym i oddzielnym miejscem aktywnego wypoczynku, rekreacji, a także pracy. Ma to bardzo pozytywne przełożenie na sprzedaż szerokiego wachlarza produktów do zakładania oraz pielęgnacji wymiarzonego „zielonego dywanu”. Z prognoz agencji Grand View Research wynika, że wartość samej kategorii koszarek na świecie do 2027 r. może zwiększyć się do 43,7 mld dol., rosnąc w średniorocznym tempie 5,6%.

**MINIMALIZM W ZASIĘGU REKI**  
Popytowi w segmencie trawników sprzyja moda na minimalizm w architekturze krajobrazu, który pozwala konsumentom zaoszczędzić czas i wyłożyć w nosce o przydomowej zieleni. Równocześnie konsumenci poszukują sposobów na to, aby uzyskać idealnie utrzymaną murawę możliwie najmniejszym nakładem pracy, ale nie żukają na ten cel pieniężny, zapożyczając się w nowoczesne maszyny od robotów koszących poręczysty poprzez spalowne, elektryczne i akumulatorowe kosarki, podkaszarki, nożyce do trawy, aeratory, wertykulatory, glebiogryzarki oraz wysokajakościowe mieszanki nasienne, dosiewniki, trawę z rolki oraz bordery. Uzupełnieniem tej oferty jest

coraz bogatszy arsenał nawozów, podłoży i innych preparatów pielęgnacyjnych.

**KLIMAT SPRZYJAJĄCY SPRZEDAŻY**  
Jak zauważają analitycy EuroMonitor International, rosnącej sprzedaży asortymentu do zakładania oraz pielęgnowania trawników w Polsce oraz Europie Środkowej towarzyszy wyraźna poprawa stopy życiowej mieszkańców całego regionu oraz otwarte podjęcie konsumentów do innowacji. Wzrost dochodów gospodarstw domowych sprawia, że klienci sklepów i centrów ogrodniczych coraz chętniej sięgają po coraz droższe i nowatorskie rozwiązania. Zapotrzebowanie np. na robotyczne kosarki w naszym kraju rośnie w lawinowym tempie. Ogromna popularność urządzeń koszących to również żądania poszerzającej się bazy doświadczonej i kompetentnych detaliów oraz serwisantów, którzy potrafią skutecznie zachęcić klientów do zakupu markowego sprzętu z wyższej półki, który pozwala zoptymalizować wszelkie wysiłki związane z pielęgnacją przydomowej murawy.

**ROZWIĄZANIA „SZYTE” NA MIARĘ**  
Opisząc robotów koszących polscy konsumenci chętnie sięgają po wielofunkcyjne kosarki, posiadające np. funkcję mulczowania: rozdrabniania pokosu. Jego równomiernego rozrzutu po darni, latarnym pasierdem dla kupujących są nie też łatwość prowadzenia oraz cicha praca silnika. W ciągu najbliższych lat można oczekiwać ponadto wzrostu zapotrzebowania na ekologiczne urządzenia koszące z napędem elektrycznym albo akumulatorowym, łatwiejsze uzupełnienie przydomowego „zarku maszynowego” stanowią podkaszarki, które pozwalają na równe wykoszenie trawy w trudnodostępnych miejscach, np. między drzewami, przy kolumnach, ogrodniczych łukach na wzniesieniach. W niewielkich ogrodach podkaszarki skutecznie zastępują kosarki.  
Pozza tym w ciągu ostatnich lat można dostrzec wzrost popytu na wertykulatory skutecznie nacinające darni. Coraz większym zainteresowaniem cieszą się też wertykulatory z funkcją aeracji – nakładania powierzchni trawnika w celu wprowadzenia powietrza do strefy korzeniowej.

**TRAWNIK NA KAŻDĄ OKAZJĘ**  
W związku z ogromnym wzrostem popularności w przydomych trawników relokacyjnych zapotrzebowanie na uniwersalne i specjalistyczne młakowe nasiona trawnikowe z roku na rok rośnie. W tej kategorii produktowej nie brakuje też nowości, m.in. mieszanki pozwalających szybko uzyskać efekt zielony, interwencyjne zielone i żwawej darni, która na dobre właściwości regeneracyjne. Na rynku można znaleźć też „wielofunkcyjne” nasiona trawnikowe z mikrobiotą i aktywnymi wazelinami. Do innowacyjnych produktów można zaliczyć też

**JOHN DEERE**

To obsługa na punkcie drobnozabiegów, których nikt poza Tobą nie zauważa. To akceptowanie tylko najlepszych rozwiązań. Perfekcja jest sposobem myślenia, który napawa dumą.

**WORK DONE WELL.**

»ZADANIE WYKONANE PERFEKCYJNIE.«

## FISKARS Polska

- z optymizmem w przyszłość

**T**roska o najwyższą jakość produktów i ich innowacyjność w połączeniu z przemyślanymi decyzjami biznesowymi zapewniły FISKARS renomę solidnej marki, na której zawsze można polegać. O tym, jak firma może podsumować miniony rok i jakie ambitne cele planuje zrealizować w 2021 r., opowiada Piotr Strzelczyk, dyrektor zarządzający FISKARS Polska Sp. z o.o.

**ROZMAWIA: Marcin Fajerski, ZDJĘCIA: FISKARS POLSKA**

**W Polsce FISKARS stanowi obecnie jedną z najbardziej cenionych marek ogrodniczych. Jak w Państwa ocenie rozwija się nasz rodzimy rynek ogrodniczy?**  
Piotr Strzelczyk: FISKARS faktycznie od wielu lat nie tylko buduje swój wizerunek i wartość, ale również poprzez wprowadzanie innowacyjnych produktów rozwija nasz rodzimy rynek ogrodniczy. Jego wartość rośnie się stabilnie, łagodnym, kilkuprocentowym tempem wzrostu każdego roku. Ciekawe, że wiedność tego rynku, a w szczególności segmentu narzędzi ogrodniczych w porównaniu do innych krajów europejskich i ich PRB, jest już teraz znacząca, a w najbliższych dekadach powinna dalej rosnąć.

**Od początku swojej działalności FISKARS stawia na wielokierunkowy rozwój w różnych sektorach handlu. Jak ważnym segmentem w Państwa działalności są produkty ogrodnicze? Jaki jest potencjał tego rynku w Europie?**  
P. S.: Globalnie wartość produktów związanych z rynkiem ogrodniczym stanowi w FISKARS ok. 50% przychodów. W Polsce jest to zdecydowanie więcej, gdyż od początku to właśnie ogrodnictwo było naszym „oczkiem w głowie” i naszą kierością napędzającą nowości. Potencjał tego rynku zarówno w Polsce, jak i w Europie jest ciągle obiecujący. Wraz z rozwojem krajów europejskich i jakościowo będziemy to mierzyc poprzez PRB czy deklaracje mieszkańców – wzrasta liczba ogrodów oraz

osób z nich korzystających. Niebagatelną na to wpływ ma również stopniowe rosnące świadomość ekologiczną, a także potrzeba odleniania się od codziennego hałasu i goniwity myśli związanych z naszą pracą i obowiązkami. Tak więc, jestem bardzo pozytywnie nastawiony w tym aspekcie.

**Globalna pandemia wywarła ogromny wpływ na wszystkie sektory handlu. Jak według Pana oddziałuje na branżę produktów ogrodniczych?**  
P. S.: Tak, pandemia wywarła silne i szybkie działanie w całej gospodarce, również w branży produktów ogrodniczych. Z perspektywy sektora ogrodniczego, największą nowością była obciążenie wiosny, gdyż wszyscy pozostaliśmy w domach, a wiele sklepów zostało zamkniętych bądź znacząco ograniczonych w godzinach otwarcia i godzinie pracy.  
...Ale po „otwarciu” rynku w okolicach maja i czerwca zauważyliśmy mocny powrót klientów do centrów ogrodniczych oraz sklepów DIY. Sprzedaż w tych miesiącach de facto urosła nawet ponad poziom z roku 2019. To samo obserwujemy w dalszych miesiącach letnich.  
Podejrzewam, że branża ogrodnicza została częściowym beneficjentem ograniczeń wyjazdów wakacyjnych. Większość osób, która do tej pory słabo wyjeżdżała,

Nasze konsumentom zachowania w roku 2021 nie zmieniają się znacząco w porównaniu do roku ubiegłego. Sądzę więc, że dalej będziemy spędzać znaczną część czasu w domu, na tzw. home office bądź na urlopek w ogrodzie

musiała pozostać w domach. Tak więc uważa, a często też inwestuje, pozostaje w kierunku domu i ogrodu. Jesienią niestety widać konieczność ponownych ograniczeń i rynek ogrodniczy również to odczuł. Ciekawą obserwacją z zeszłego roku jest widoczna zmiana w strukturach kanałów sprzedaży. Widzimy kilkunastoprocentowy wzrost sprzedaży wśród sklepów internetowych. Widać, że profil zakupowy konsumentów wyraźnie się zmienił w roku 2020. W obliczu ograniczeń w przemieszczaniu się, jak również ogólnie rosnącej obawy przed koronawirusem, duża część zakupów przeniosła się do Internetu. Czy taka zmiana pozostanie już z nami na długi czas, nawet po pandemii? – tego nie wie nikt. Jestem jednak przekonany, że udział internetowego kanału sprzedaży z pewnością pozostanie już na wyższym poziomie niż z czasów przed COVIDem. Oznacza to, że również FISKARS musi się ponownie dopasować do zmieniającego się rynku.

Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy 15 |

# Jeden magazyn - wiele możliwości reklamowych



komentarz ekspercki



nowość



reklama

**Powróć do natury**

Adam Wążyński  
WAZYNOSY

**CO PRZYJĘŚĆ PRZYJAZDZI?**

Wśród tych, którzy szukają sposobów na poprawę jakości powietrza w swoim domu, coraz częściej pojawiają się osoby, które chcą skorzystać z naturalnych sposobów na oczyszczenie powietrza. W tym celu warto zwrócić uwagę na rośliny, które nie tylko ozdobią wnętrze, ale także pomogą w oczyszczeniu powietrza. W tym celu warto zwrócić uwagę na rośliny, które nie tylko ozdobią wnętrze, ale także pomogą w oczyszczeniu powietrza.

**Ogród z mikosy czy rozsądki**

Bartosz Byczkowski

Obecnie jest wiele sposobów na poprawę jakości powietrza w swoim domu. W tym celu warto zwrócić uwagę na rośliny, które nie tylko ozdobią wnętrze, ale także pomogą w oczyszczeniu powietrza.

**NA TOPIE**

**Landscaper Pro Weed Control 22-5-5+2,4-D+Dicamba**

Nowe chwasty dwuliścienne. Manganolki zapowijają optymalny kontakt nawozu z chwastami. Skład NPK dostosowany jest do intensywnego pobudzenia trawy do wzrostu i regeneracji murawy. Zalecamy stosowanie Weed Control w zakresie temperatur od 10 do 20°C, porażaniu nawozu trawami należy odłożyć podlewanie 15 kg dobowo 6-8 tygodni. Stosowanie maza-kwietni, dawka 30 g/m<sup>2</sup>, wydajność około 500 ml.

**ICL Polska Sp. z o.o.**  
landscaperpro.pl

**NOWOŚCI! Seria DaliowLove**

W jej skład wchodzi 6 rodzajów mieszanek odmian dala różnym przeznaczeniu – od mieszanki idealnych do popielników, na rabaty, idealnych na kwiat cięty, aż po odmiany najbardziej mrozoodporne.

**W Legutko Przedsiębiorstwo Hodowlano-Nasienne Sp. z o.o.**  
legutko.com.pl

**Moskitiery Mako Polska**

Firma Mako Polska Sp. z o.o. jest dystrybentem kompletnych systemów do ochrony okien i drzwi przed muchami, w tym:

- moskitiery na roze w kolorach białym i antracy, w najbardziej popularnych rozmiarach, w tym również do okien dachowych oraz moskitiery antyalergiczne,
- moskitiery w ramach aluminiowych do samodzielnego montażu w 3 kolorach: biały, brąz, szary,
- w jakości Standard Premium.

Oferta jest bardzo atrakcyjna cenowo i różnorodna asortymentowo. Możliwość indywidualnej konfiguracji zamówienia. Niebudne ekspozytory z oferowanym asortymentem. Po sezonie odbiór niesprzedanego asortymentu.

**Mako Polska Sp. z o.o.**  
moskitiery.eu

**Pomidor gruntowy malinowy ożarówski**

Odmiana wczesnie dojrzewająca. Owoce bardzo kształtne, kulisto-splaszane o pełnej malinowej barwie. Charakterystyczne wydłużone owoce (maks. długość ok. 100-120 g) wspaniałym smakiem. Uprawa w polu w wysokich tunelach. Posadaż młode wymagana co do gleby. Uprawa przy palnikach. Idealny do bezpośredniego spożycia. 1 g = 250 270 nasion.

**Polskie nasiona PMS pnos.pl**

**Pistolet zraszający multi**

Nowy pistolet zraszający multywykonawczy się błąka ergonomiczną konstrukcją. Został wyposażony w uchwyt z powłoką SoftGrip™, który doskonale trzyma w rękę podczas podlewania, co wpływa na komfort pracy. Niezmiernie zastosowanie tworzywa FibreComp™ sprawia, że pistolet jest doskonałym narzędziem odporującym wystrzałom. Ogranicza zużycie wody dzięki regulowalnej głowicy. Kłosa umożliwia zastosowanie odpowiedniego do potrzeb argumentu wody – delikatnej mżawkę, strumienia natryskowego, płaskiego, znaczącego lub punktowego. Pistolet wody możemy regulować za pomocą pokręteł do góry wygodnemu uchwytowi. Uniwersalny rozmiar sprawia, że jest on kompatybilny z urządzeniami zasilanymi innymi producentami.

**FIGASKI Polska Sp. z o.o.**  
figaski.com

**Jabłoni Czerwony Łąmpart**

Nowa polska, zimowa odmiana jabłoni. Została wyhodowana w 2010 roku. Dojrzewa na przełomie września i października. Owoce średniej wielkości, lub duże, skórka żółta zielona, prawie w całości pokryta ciemnymi, ciemno-czerwonymi punktami. Mięso słodkie, soczyste, czerwono-czerwone. Odmiana jest odporna na choroby grzybowe i szkodniki. Wzrost średnio szybki.

**Safika Pracey Marek Wydowski wędowski.pl/pl**

Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy 65

**AL-KO**  
QUALITY FOR LIFE

**PO PROSTU INNOWACYJNIE W OGRODZIE**

**3 KROKI DO INTELIGENTNEGO OGRÓDU Z ROBOTEM KOSZĄCYM ROBOIHNHO®**

1. Wybierz odpowiedni AL-KO i IFTTT Smart Garden i zamontuj urządzenie.
2. Spersonalizuj Roboihno®.
3. Wykonaj pierwsze koszenie w aplikacji AL-KO i IFTTT Smart Garden.

**I GOTOWE!**

Skorzystaj z rozwiązań, jakie oferuje nasz inteligentny rozwiązanie dla nowoczesnego ogrodu.

**Nadaj własne imię**

Stwórz Roboihno® w swojej aplikacji. Nadaj ulubione imię i kolor.

**Owca, Jeździec, Kosi Łapek.**

**Zarządź głosowo\***

Stwórz polecenia, przypisz je do robota i zarządzaj koszeniem na głos przez głosownię.

**Konfiguracja i tryb pracy**

Stwórz Roboihno® z indywidualnymi ustawieniami z dowolnego miejsca na ziemi. Ustaw dowolne godziny koszenia, tryb koszenia i czujnik deszczu.

**Inteligentny serwis i naprawa\***

Przebieg robota Roboihno® można przesyłać do biura za pomocą naszego systemu diagnostyki i obsługi klienta. Dzięki temu możesz uzyskać pomoc w każdej chwili.

**Podziel się\* Roboihno®**

Możesz podzielić się robotem Roboihno® z kumplami. Dzięki temu możesz podzielić się doświadczeniami i poradami.

**Zawsze poinformowany**

Roboihno® przesyła Ci status koszenia, a także powiadamia o ewentualnych zwichnięciach poprzez wiadomości push.

**Gwarancja prywatności**

Tenisi! Dzięki pomocy aplikacji Roboihno®, w aplikacji i stronie jest całkowicie bezpieczny i odporny na szpiegowanie i nieudane skradzieże danych. Wszystkie dane są przechowywane w chmurze Amazon w Europie. Dzięki z naszej aplikacji AL-KO nie ma konieczności instalacji dodatkowych aplikacji.

**Aktualizacje zawsze na bieżąco\***

Korzystaj z nowych i ulepszonych funkcji dzięki naszym aktualizacjom oprogramowania.

**IFTTT**

**www.AL-KO.com/shop/pl**

# DOCENIAMY INNOWACYJNOŚĆ

Najlepszym wyznacznikiem dynamiki rynku ogrodniczego w Polsce i jego motorem napędowym są innowacje! Dlatego, aby je promować i wyróżnić najbardziej oryginalne pomysły i nowatorskie rozwiązania na rynku, kreujące trendy Lider Biznesu – Ogrodniczy Magazyn Branżowy w każdym wydaniu przyznaje certyfikat Lidera Trendów. Czekamy na Państwa zgłoszenia



## FERTILAN

do pomidorów  
(ogórków, papryki, cukinii):  
1 kg + 20% gratis!



**N**ajlepszym wyznacznikiem dynamiki rynku ogrodniczego w Polsce i jego motorem napędowym są innowacje! Dlatego, aby je promować i wyróżnić najbardziej oryginalne pomysły i nowatorskie rozwiązania na rynku kreujące trendy, Lider Biznesu – Ogrodniczy Magazyn Branżowy w każdym wydaniu przyznaje certyfikat Lidera Trendów. Czekamy na Wasze zgłoszenia! Poprzednie wyróżnienia Lidera Trendów trafiły do firm W.Legutko Przedsiębiorstwo Hodowlano-Nasienne oraz FISKARS Polska. Trzeci certyfikat Lidera Trendów trafiła do firmy Poltops za innowacyjny nawóz organiczny FERTILAN.

Najlepszym wyznacznikiem dynamiki rynku ogrodniczego w Polsce i jego motorem napędowym są innowacje! Dlatego, aby je promować i wyróżnić najbardziej oryginalne pomysły i nowatorskie rozwiązania na rynku kreujące trendy, Lider Biznesu – Ogrodniczy Magazyn Branżowy w każdym wydaniu przyznaje certyfikat Lidera Trendów. Czekamy na Wasze zgłoszenia! Poprzednie wyróżnienia Lidera Trendów trafiły do firm W.Legutko Przedsiębiorstwo Hodowlano-Nasienne oraz FISKARS Polska. Trzeci certyfikat Lidera Trendów trafiła do firmy Poltops za innowacyjny nawóz organiczny FERTILAN. Nawóz organiczny – ekoaktywator FERTILAN wytworzony z biomasy roślin bobowatych drożdżomienolnych oraz frakcjonowanej i mielonej, czystej, żywej werty w owce! FERTILAN zawiera wysoką dawkę składników odżywczych: w tym azotu pochodzenia naturalnego, fosforu, potasu, wapnia, magnezu oraz innych mikroelementów potrzebnych do zdrowego wzrostu roślin. Co więcej, składniki nawozu są uwalniane stopniowo – do 6 miesięcy. FERTILAN dostarcza co najmniej 89% masy

organicznej, wzbogacając glebę w cenne związki próchnicowe. Nawóz umożliwia rozwój pożytecznych mikroorganizmów, a ponadto poprawia retencję wody i sprawność sorpcyjną gleby. Niweluje również efekty uboczne nawożenia mineralnego. Ekoaktywator poprawia strukturę gleby, sprzyjając ukorzenieniu roślin. – Produkt firmy Poltops Sp. z o.o. jest innowacyjną odpowiedzią na coraz silniejszy trend EKO w polskim ogrodnictwie – mówi Paulina Maniecka, dyrektor projektów GARDENIA i GREEN AREA SHOW. – Równocześnie wyróżnia się wysoką jakością i ciekawą propozycją dla wszystkich hobbystów uprawiających warzywa: pomidory, ogórki, paprykę i cukinię naturalnymi metodami. Bardzo cieszy nas fakt, że na polskim rynku pojawia się coraz więcej tego rodzaju rozwiązań. Dlatego zapraszamy wszystkich naszych partnerów biznesowych do chwaleń się nowatorskimi produktami i przedsięwzięciami, które będziemy promować na łamach Lidera Biznesu i w naszych mediach! Poltops Sp. z o.o. poltops.pl



## Podłoża STERLUX PREMIUM



**N**ajlepszym wyznacznikiem dynamiki rynku ogrodniczego w Polsce i jego motorem napędowym są innowacje! Dlatego, aby je promować i wyróżnić najbardziej oryginalne pomysły i nowatorskie rozwiązania na rynku kreujące trendy, Lider Biznesu – Ogrodniczy Magazyn Branżowy w każdym wydaniu przyznaje certyfikat Lidera Trendów. Czekamy na Wasze zgłoszenia! Poprzednie wyróżnienia Lidera Trendów trafiły do firm Poltops. Czwarty certyfikat Lidera Trendów przyznajemy Agaris Polska za nowe podłoża STERLUX PREMIUM.

W odpowiedzi na stażowanie smaku i koloru kwiatów Agaris Polska wprowadziła do oferty na 2021 i m.in. nowe podłoża ogrodnicze STERLUX PREMIUM do kwietnia 2021. Licznie do sadzonek iono mikroelementów horologii, które z każdym sezonem zwiększa popularność w świecie ogrodników i florantów – mówi Maciej Penajtek, kierownik ds. sprzedaży w Agaris Polska – Nasze nowe podłoża powstały z myślą o uprawie wazonowych upraw i sadzonek balkonowych, oprócz tych w kielichach i wazonach. Produkt pomaga na łatwiej odpowiednio dobrać mieszankę torfu oraz kory, gwarantując właściwe warunki do rozwoju rośliny. Dzięki odpowiedniemu doborowi składników, podłoża STERLUX PREMIUM zapewniają roślinom prawidłowe odżywienie w początkowym okresie uprawy – wyjaśnia

W gamie STERLUX PREMIUM pojawiły się również podłoża do kwiatów balkonowych 50 l – Produkt ten został stworzony z pełną dbałością o środowisko naturalne. Hamacy Molicy Penajtek. Ciepły torf został zastąpiony włóknem drzewnym i kłąk ulowem kielichów, a więc komponentami pochodzącymi ze źródeł odnawialnych. Ponadto, dzięki zastosowaniu w recepturze tego produktu hydrozolu oraz glinki, zagwarantowano stabilizację zasycenia wodą. Dzięki temu podłoża STERLUX PREMIUM zapewniają roślinom idealne warunki do uprawy. A dzięki wysokiej odżywalności rośliny rozwijają się szybciej i zdrowiej. Podłoża STERLUX PREMIUM zostały doposażone dodatkowymi składnikami, które pomagają roślinom w przetrwaniu trudnych warunków. Dzięki temu podłoża STERLUX PREMIUM są idealnym rozwiązaniem dla ogrodników i florantów. Agaris Polska agaris.com



## Bębny z węzłem FISKARS

w rozmiarach S i XL z kółkami



Innowacje są najlepszym wyznacznikiem rozwoju branży ogrodniczej w Polsce i jej motorem napędowym. Aby wyróżnić najbardziej oryginalne pomysły i nowatorskie rozwiązania na rynku, Lider Biznesu – Ogrodniczy Magazyn Branżowy w każdym wydaniu przyznawal będzie certyfikat Lidera Trendów. Czekamy na Wasze zgłoszenia! Drugi certyfikat Lidera Trendów trafił do firmy FISKARS Polska za bębny z węzłem w rozmiarach S i XL.

W 2021 r. przebiegiem wiktacza na rynek nasadziła w Polsce z innowacyjną linią produktową, w której której promuje też wiele rozwiązań takich jak kodowanie kolektorów i kalkulator ogrodniczy. Wśród szerokiej oferty produktów do podlewania znalazł się min. model bębna z węzłem S o zasięgu 15 m, który stanowi idealne rozwiązanie do małego ogrodu czy na taras lub balkon. Wyjątkowym rozwiązaniem jest jego prostota konstrukcji, zaprowadzenia i odporność na przechylenie. Ponadto bębny można obracać w zakresie 360°, co pozwala na pełną swobodę manewrowania. Ponadto jest wyjątkowo lekki, co ułatwia jego transport. Dodatkowym udogodnieniem jest zintegrowany schowek, w którym można przechowywać akcesoria. Za elegancji, stylowy design bębny S otrzymał już nagrodę Red Dot – jedną z najbardziej prestiżowych nagród w dziedzinie wzornictwa przemysłowego. W podobnej kategorii bębny FISKARS model XL, który został wyposażony w automatyczny zwłacz węzła oraz kółka ułatwiające manewrowanie i transport. Ponadto bęben XL posiada wysoki regulowany akcesoria do nawadniania, co sprawia, że jest idealnym rozwiązaniem. Podobnie jak w bębnie S zastosowano w nim prostą konstrukcję. Ponadto wyróżnia go elegancji, stylowy design, a uniwersalny kształt przyczynia się do łatwej kompatybilności z narzędziami innych producentów. Dodatkowym udogodnieniem jest zintegrowany schowek, w którym można przechowywać akcesoria.





---

# E-wydanie

W tym roku Lider Biznesu został poszerzony o wydanie w formie elektronicznej.

Nowa elektroniczna odsłona Lidera Biznesu jest bardzo intuicyjna. Daje też możliwość zamieszczania linków z przekierowaniem do stron, produktowych, czy reklam.

---

Rozszerzenie dotarcia do czytelników przez nowe i usprawnione działania on-line

# Wersja on-line

- Nowoczesna forma
- Intuicyjna w obsłudze
- Łatwość dotarcia do konkretnych artykułów
- Artykuły podlinkowe do witryn www, social mediów, reklam, materiałów VIDEO

## Szeroka promocja każdego wydania następującymi kanałami ....

- mailingi na bazę ponad 20.000 rekordów
- wydanie online udostępnione na stronach [www.liderbiznesu.pl](http://www.liderbiznesu.pl), [www.targigardenia.pl](http://www.targigardenia.pl), [www.gashow.pl](http://www.gashow.pl)
- posty promowane w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, projektów Lider Biznesu, GARDENIA, Green Area Show)





# Statystyki czytelnictwa

Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy rozwija się także pod kątem liczby odbiorców. W okresie od stycznia do kwietnia 2021 roku czasopismo miało przeszło 11.000 czytelników!

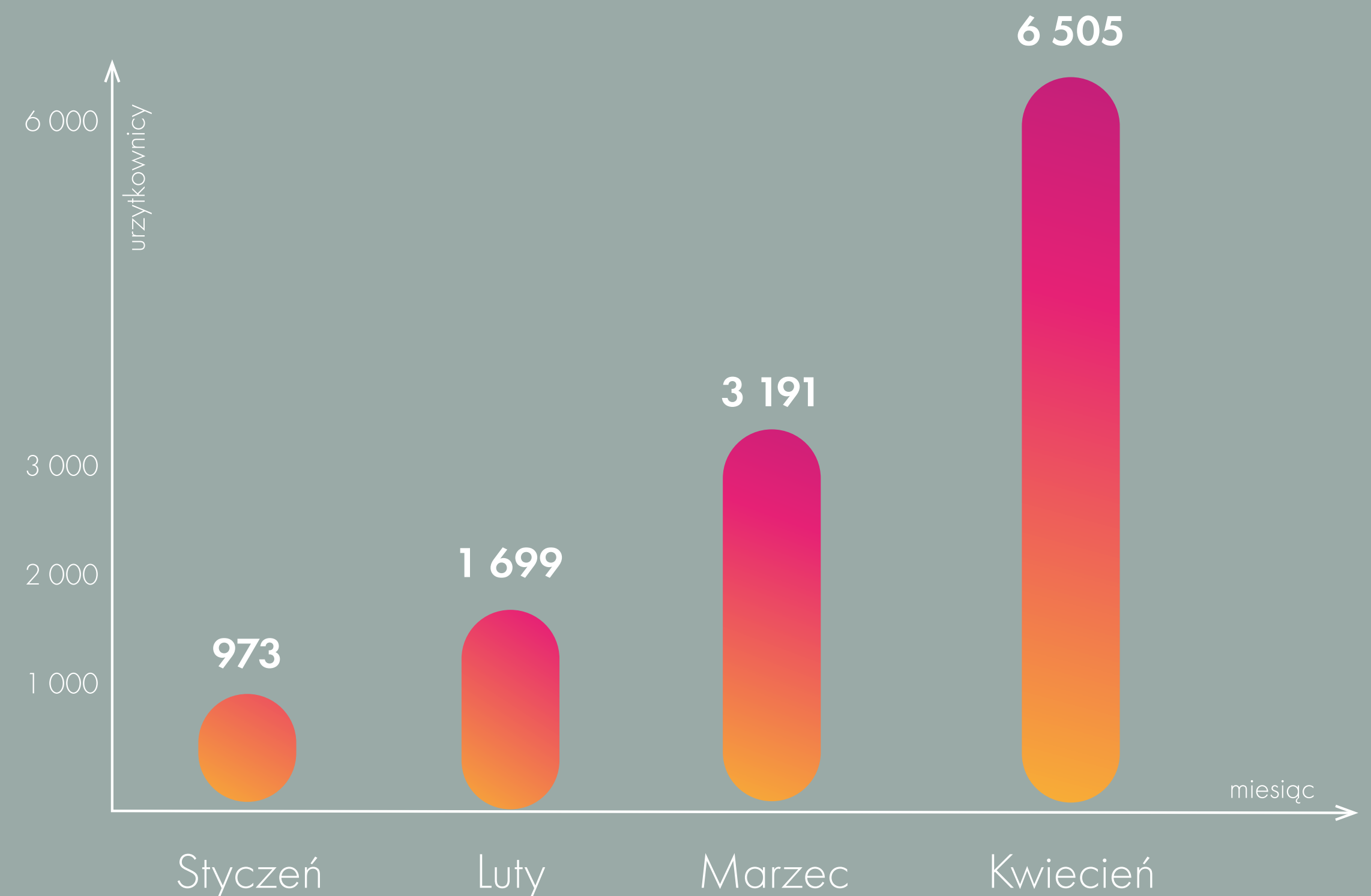
Rosnąca tendencja odbiorców pokazuje, że Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy staje się kluczowym czasopismem dla profesjonalistów branży ogrodniczej.

# 11 837

SUMA UŻYTKOWNIKÓW

# 11 453

NOWI UŻYTKOWNICY

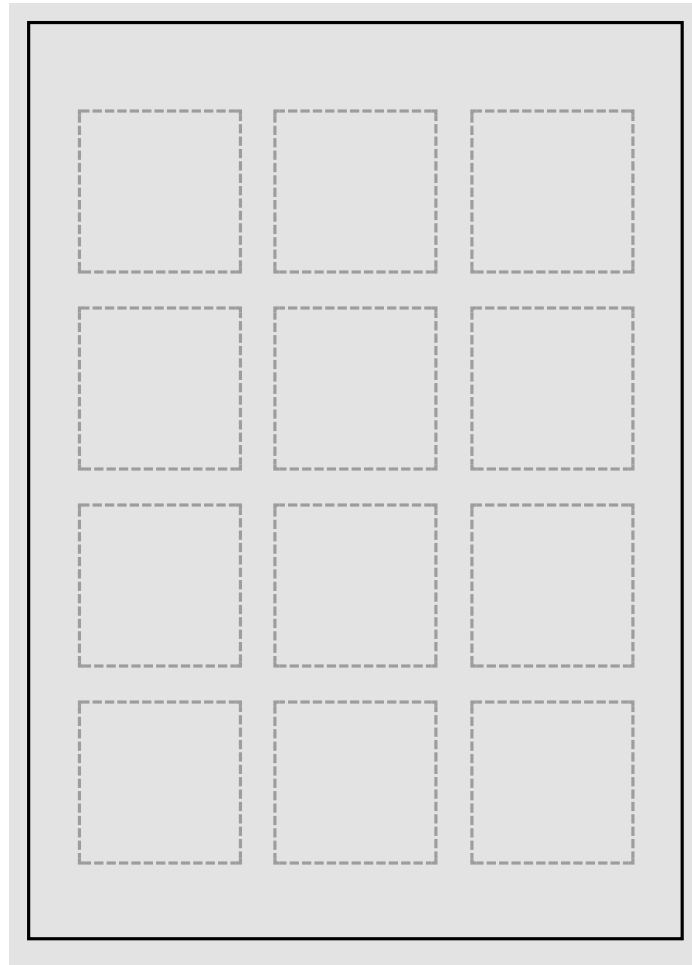


# Dodatkowe możliwości reklamowe

## FORMATY PUBLIKACJI:

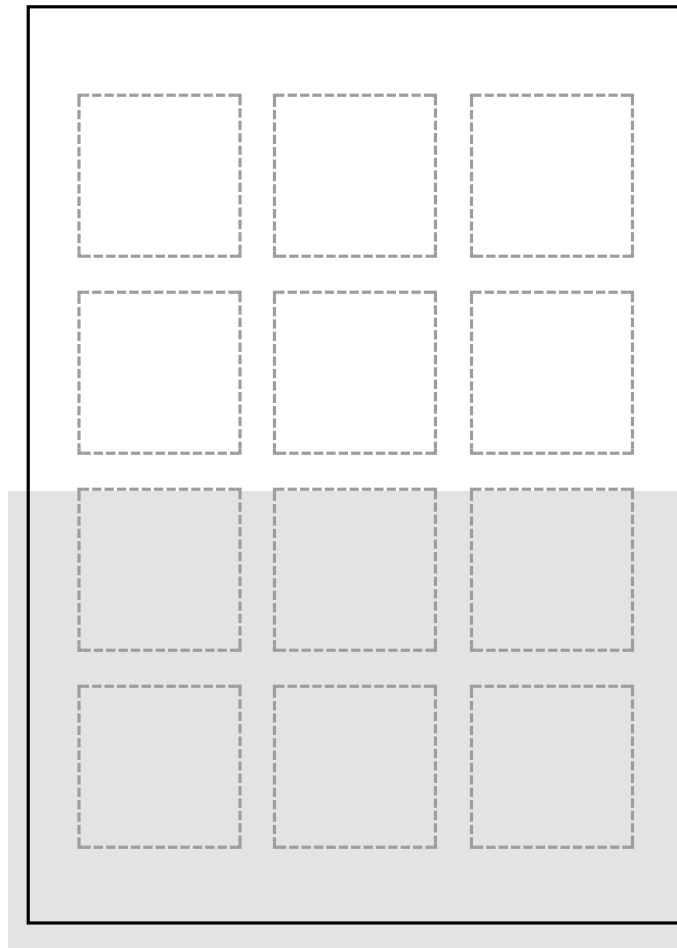
- Artykuł na stronie www
- Baner na stronie www
- Post – wpis, film lub reklama na Facebooku
- Zdjęcia, filmy na Instagramie





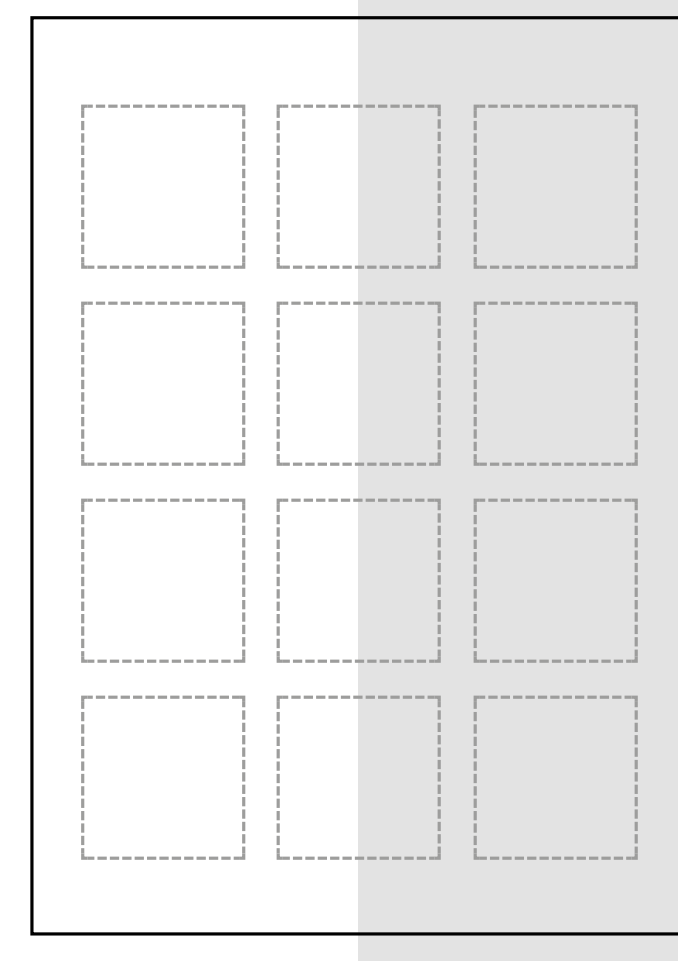
### 1/1 strony A4

210 x 297 mm  
220 x 307 mm brutto



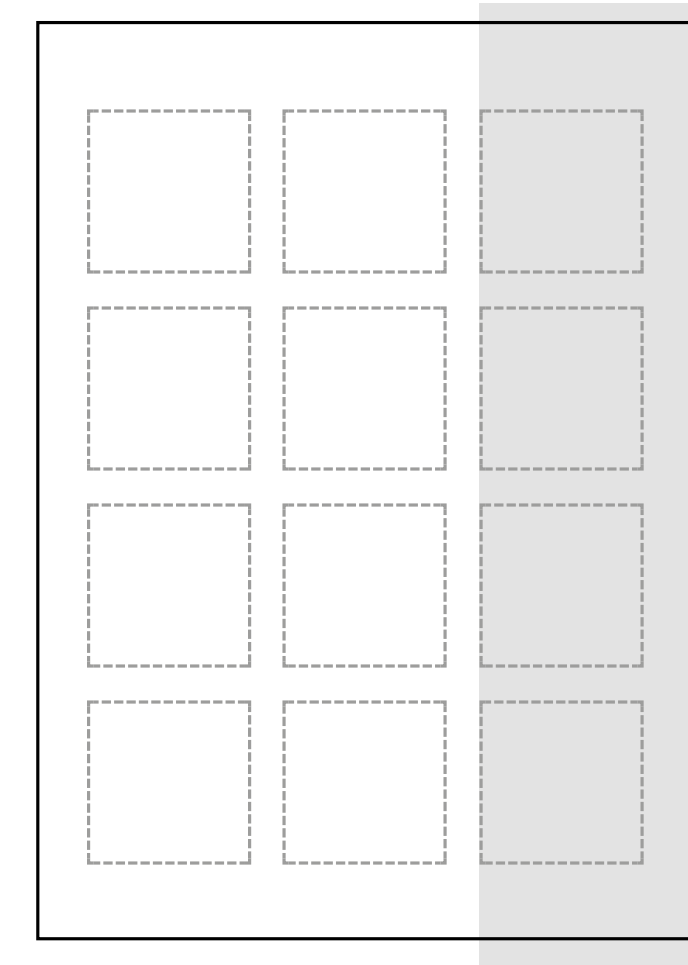
### 1/2 strony A4 poziom

210 x 135 mm  
220 x 140 mm brutto



### 1/2 strony A4 pion

105 x 297 mm  
110 x 307 mm brutto

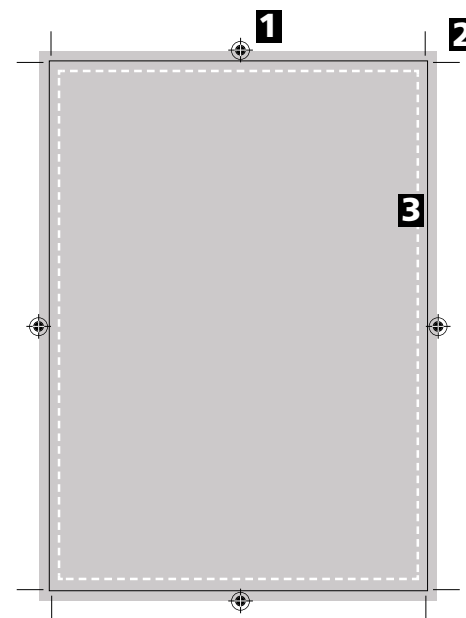


### 1/3 strony A4 pion

72 x 297 mm  
77 x 307 mm brutto

#### Warunki techniczne

Reklamy przyjmujemy w formie pliku tif, eps, lub pdf w rozdzielczości 300 dpi i separacji CMYK, czcionki zamienione na krzywe.



Reklamy na spad powinny zawierać 1 pasery;

- 2 znaczniki cięcia – powinny wychodzić 5 mm poza linie cięcia,
- 3 teksty powinny znajdować się minimum 5 mm od linii cięcia.

#### Specyfikacja reklamy do newslettera:

Rozdzielczość - 1040x250 px, 72 dpi

Przestrzeń kolorów - RGB

Format- JPG, PNG (spłaszczony)

Rozmiar- nie powinien przekraczać 250 KB

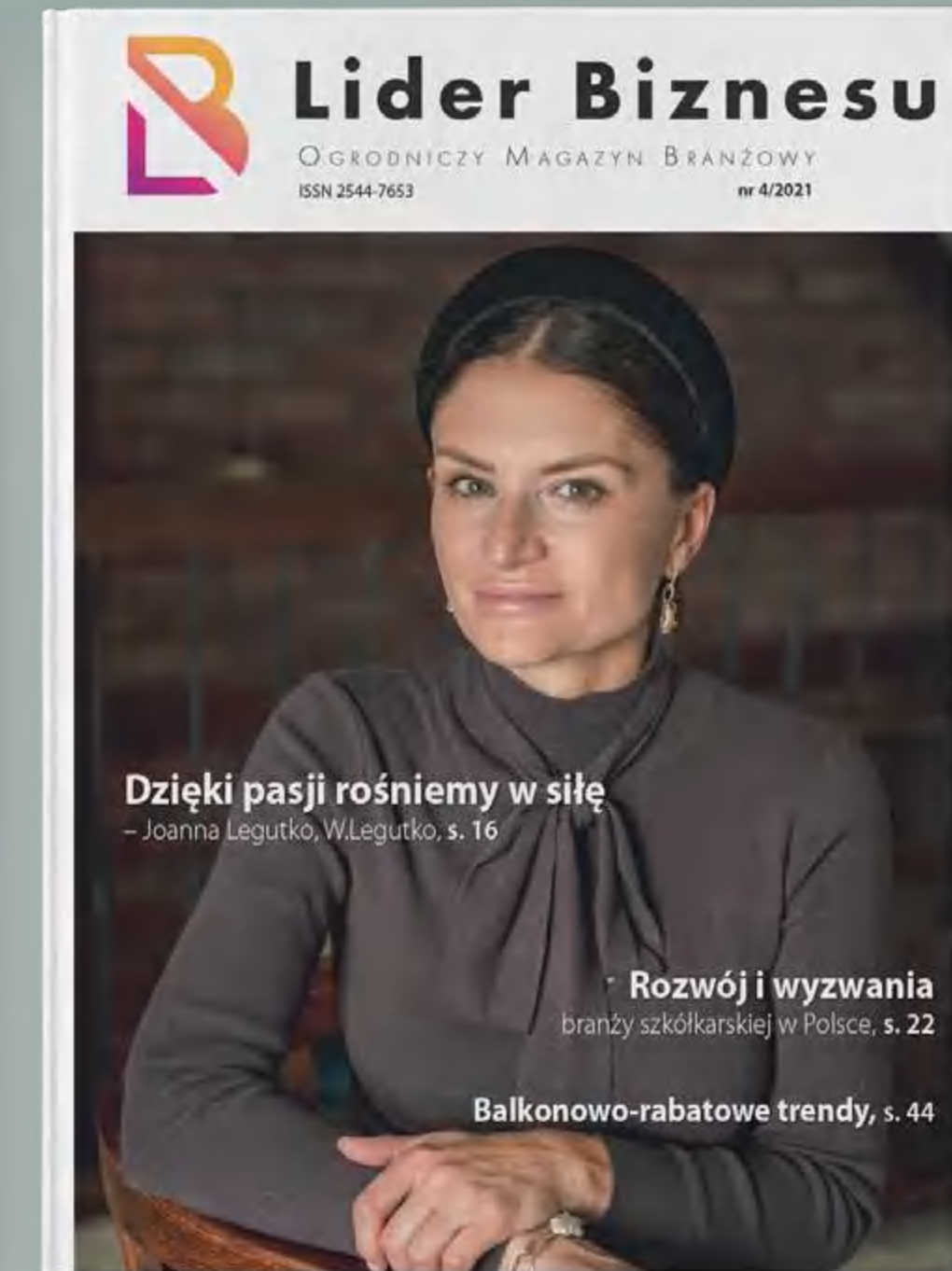
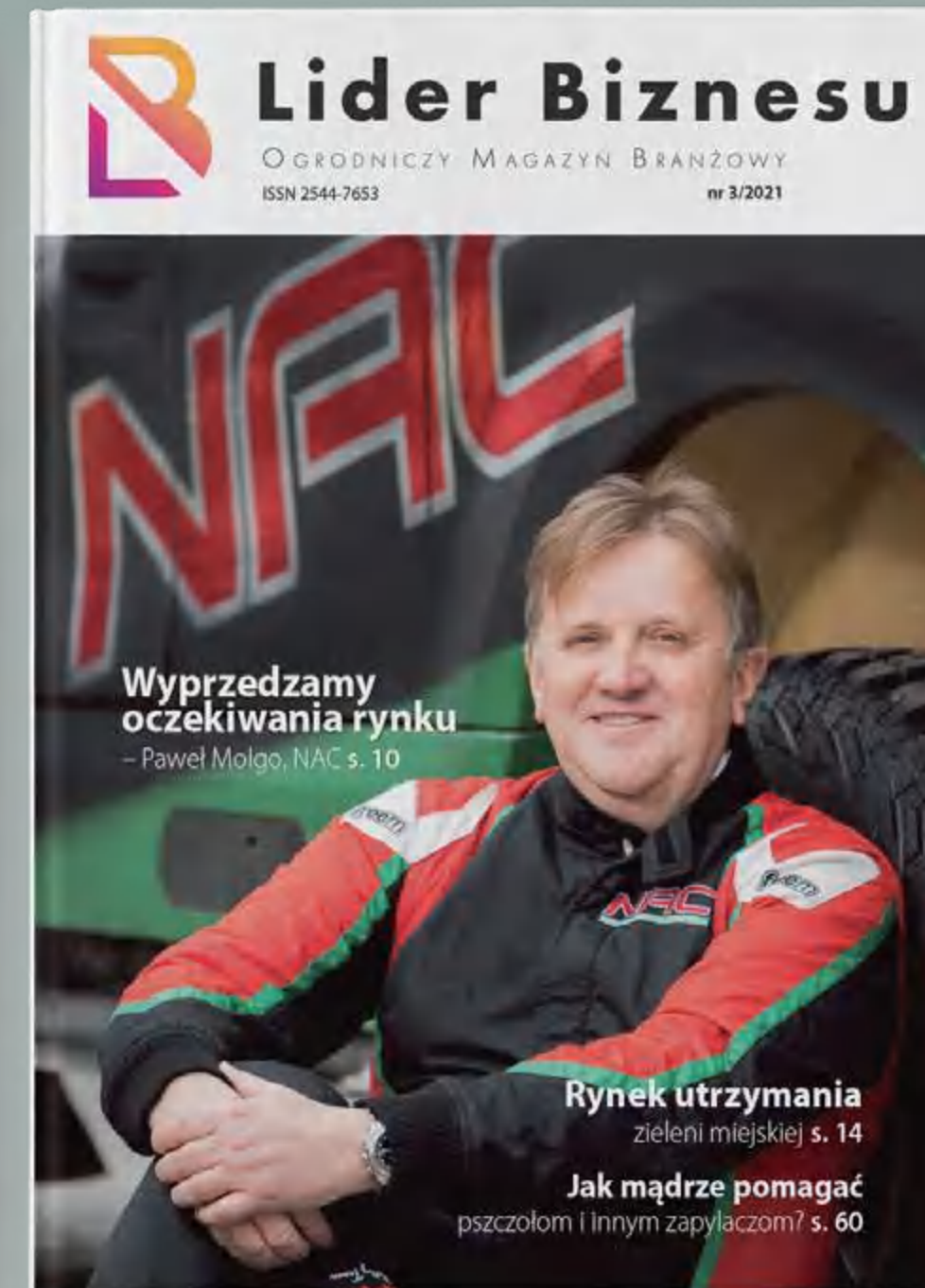
# 9 wydań w roku

- Nowości produktowe
- Porady ekspertów
- Relacje, felietony, analizy

\*Daty nadsyłania materiałów reklamowych oraz treści



# Zapraszamy do współpracy



# Kontakt

Marcin Fajerski

Redaktor Naczelny „Lider Biznesu. Ogrodniczy Magazyn Branżowy”

tel. +48 61 869 20 00, kom: +48 603 410 113

[marcin.fajerski@grupamtp.pl](mailto:marcin.fajerski@grupamtp.pl)

Aleksandra Konopa

Key Account Manager

Tel.: +48 539 777 549

[aleksandra.konopa@grupamtp.pl](mailto:aleksandra.konopa@grupamtp.pl)

Liliana Biegoń

Key Account Manager

tel. +48 61 869 25 29 kom: +48 691 021 911

[liliana.biegon@grupamtp.pl](mailto:liliana.biegon@grupamtp.pl)