



Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość



# SMAKI REGIONÓW 2011

ŻYWNOSĆ LOKALNA, REGIONALNA, TRADYCYJNA I EKOLOGICZNA



*Smaki Regionów*

MTP należą do:





# TARGI SMAKI REGIONÓW 2010

- w Targach Smaki Regionów wzięło udział 12 regionów,
- ekspozycja zajęła powierzchnię pawilonów 7 i 7A o łącznej wielkości ca. 1300 m<sup>2</sup>,
- targi odwiedziło ca. 48.000 zwiedzających, wśród których 22.000 to klienci indywidualni





# TARGI SMAKI REGIONÓW 2010

## KAMPANIA PROMOCYJNA TARGÓW:

- prowadzona wielotorowo,
- strony internetowe [www.polagrafood.pl](http://www.polagrafood.pl) i [www.gastrotrendy.pl](http://www.gastrotrendy.pl) (97.426 wejść, w tym 68.505 unikatowych),
- specjalnie wydana i dystrybuowana w Poznaniu i okolicach ulotka informacyjna,
- publikacja informacji o targach w prasie branżowej,
- publikacja informacji o targach w targowym dodatku do Gazety Wyborczej,
- publikacja Informacji o targach w Magazynie Polagra-Food i Gastro Trendy News,
- kampania radiowa,
- kampania telewizyjna.



# SMAKI REGIONÓW 2011

## TERMIN TARGÓW:

12-15.09.2011 (poniedziałek – czwartek)

## RÓWNOLEGLE ODBYWAJĄCE SIĘ TARGI:

- Polagra Food w terminie 12-15.09.2011
- Polagra Tech w terminie 12-15.09.2011
- Pakfood w terminie 12-15.09.2011
- KWZH w terminie 12-15.09.2011



MTP należą do:

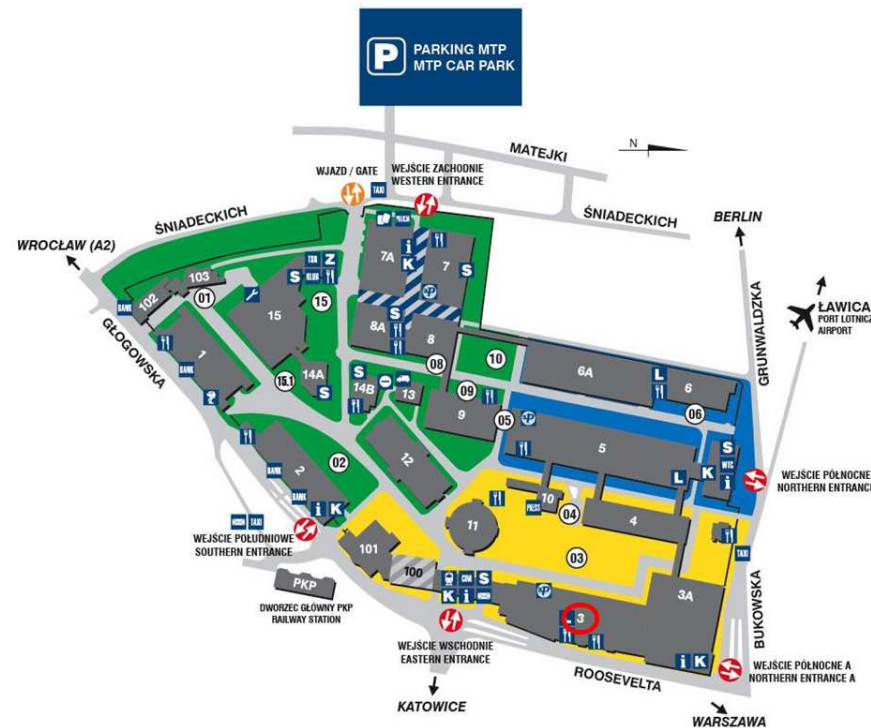




# SMAKI REGIONÓW 2011

## LOKALIZACJA TARGÓW:

- pawilon 8A
- położony przy wejściu i wjeździe zachodnim
- wejście od ul. Śniadeckich
- powierzchnia ekspozycyjna ca. 2.500m<sup>2</sup>



MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011

## KAMPANIA PROMOCYJNA TARGÓW:

- prowadzona w oparciu o własne logo i motyw,
- prowadzona równolegle z kampanią targów Polagra-Food i Gastro-Trendy,
- skierowana do dwóch grup docelowych:
  - klienci indywidualni
  - profesjonaliści: kupcy i handlowcy



MTP należą do:



Polska Izba Przemysłu Targowego



# SMAKI REGIONÓW 2011

KAMPANIA PROMOCYJNA SKIEROWANA NA KLIENTA INDYWIDUALNEGO:

- specjalnie wydana ulotka informacyjna dystrybuowana na 5 dni przed targami w Poznaniu i okolicach,
- kampania radiowa (radio lokalne i regionalne),
- kampania telewizyjna (telewizja lokalna i regionalna),
- publikacja informacji na stronach produktowych targów Polagra Food i Gastro Trendy



MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011

KAMPANIA PROMOCYJNA SKIEROWANA NA PROFESJONALISTÓW (KUPCÓW I HANDLOWCÓW):

- kampania ogólnokrajowa i międzynarodowa,
- publikacja informacji o targach w prasie branżowej,
- publikacja informacji o targach w dodatku do Rzeczypospolitej przygotowanym na targi Polagra Food i Gastro Trendy (wrzesień 2011- nakład 220 tys egzemplarzy),
- publikacja informacji w magazynie Polagra Food i Gastro Trendy News dystrybuowanym na bazy MTP (45.000 egzemplarzy),

.

MTP należą do:







## Program Wydarzeń 12-15.09.2011

- organizacja spotkań z kupcami w Salkach Prezentacyjnych Produktów Regionalnych,
- wzbogacenie ekspozycji Targów Smaki Regionów o konferencje organizowane dla producentów wyrobów regionalnych i tradycyjnych we współpracy z Państwową Inspekcją Sanitarną, Inspekcją Weterynaryjną, Inspekcją Handlową, Inspekcją Jakości Handlowej Artykułów Rolno Spożywczych,
- 12. 09.2011 organizacja uroczystego wręczenia Perł Kulinarnych X edycji konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo”

TARGI



Smaki Regionów

MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011

OFERTA UCZESTNICTWA W TARGACH DLA URZĘDÓW MARSZAŁKOWSKICH:

I. Powierzchnia niezabudowana: 140,00 PLN netto / 1 m<sup>2</sup>

I. Powierzchnia standardowo zabudowana: 170,00 PLN netto / 1 m<sup>2</sup>  
Moduły 6m<sup>2</sup>, 9m<sup>2</sup>, 12m<sup>2</sup>, 15m<sup>2</sup>. Obejmuje: ścianki, wykładzinę, ladę informacyjną, napis na fryzie, zaplecze, 1 stolik, 4 krzesła, oświetlenie, 1 gniazdko elektryczne



Cena powierzchni niezabudowanej pod warunkiem zgłoszenia do 08.04.2011: 360,00 PLN netto / 1 m<sup>2</sup>

Cena powierzchni niezabudowanej pod warunkiem zgłoszenia po 08.04.2011: 450,00 PLN netto / 1 m<sup>2</sup>



MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011

## OFERTA UCZESTNICTWA DOTYCZY:

- Urzędów Marszałkowskich, które wspólnie z MTP promować będą Smaki Regionów m.in. poprzez strony internetowe, własne wydawnictwa reklamowe itd.,
- Firm zgłoszonych przez Polska Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego,
- Firm zgłoszonych przez Slowfood Polska
- Firm współpracujących z Urzędami Marszałkowskimi, które wytwarzają żywność naturalną
  - z oznaczeniem krajowego Systemu - Jakość Tradycja,
  - członkowie Europejskiej Sieci Dziedzictwa Kulinarneho,
  - wpisaną na Listę Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, z oznaczeniem unijnym

MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011



Slow Food®



MTP należą do:





# SMAKI REGIONÓW 2011



## KORZYŚCI Z UCZESTNICTW W TARGACH:

- szeroka kampania promocyjna skierowana na klientów indywidualnych i profesjonalnych, która zapewni odwiedzenie targów przez potencjalnych kontrahentów
- możliwość zaaranżowania profesjonalnych spotkań z handlowcami dzięki współistnieniu Targów Smaki Regionów przy targach Polagra Food i Gastro Trendy
- możliwość zaprezentowania swojej oferty licznym gościom z zagranicy (prezydencja Polski w EU)
- możliwość prowadzenia sprzedaży oferowanych produktów



MTP należą do:





Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ



MTP należą do:

