

## MDD EXPO

### PRIVATE LABEL

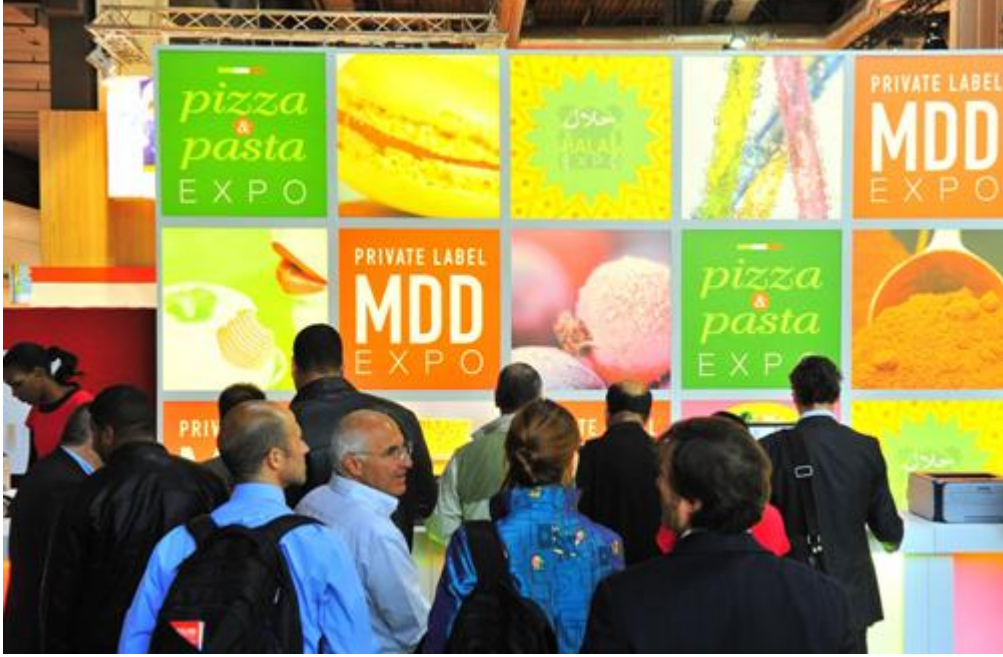


**9 - 10 Nisan 2013** tarihlerinde **Paris**'te düzenlenecek olan **MDD EXPO PRIVATE LABEL** fuarı gıda ve gıda dışı ürün endüstrilerinden uzmanlıkları bir araya getirecek olup, ziyaretçilerine özel marka piyasasından geniş kapsamlı örnekler sunacaktır. Ayrıca fuarda birebir yapılacak olan ikili görüşmeler sayesinde ziyaretçilerine maksimum fayda garanti etmektedir.

Paris'in Avrupa'nın merkezinde yer alması ve dağıtım işlemi için elverişli bir konuma sahip olması nedeniyle, MDD EXPO'nun tüm dünyaya ulaşmasını sağlamakta ve böylece denizaşırı ülkelerden gelen sergi açanların ve ziyaretçilerin sayısının önemli derece artması ile fuara uluslararası

katılımın her yıl artmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede, **MDD EXPO 2012** yılındaki ziyaretçi sayısı 2011 yılına göre **%16** artış göstererek **7.100** ziyaretçiye ulaşmış olup, bu yıl ise 7.100' den fazla ziyaretçi ve **700**'den fazla sayısı sergi açanların katılımıyla gerçekleşmesi beklenen fuar ziyaretçilerinin **%15**'inin, sergi açanların ise **%30**'unun yurtdışından katılım göstermesi beklenmektedir.

**700'den fazla** sergi açanın, **25** ülkenin sunumu, **6** tamamlayıcı sektörün ve özel gereksinimleri karşılayan ürünler ile gerçekleşecek olan fuara **7100** profesyonel ziyaretçinin katılımı, tüm dağıtım kanallarının temsil edildiği, 2012 yılında katılım gösteren ziyaretçilerinin **%16'dan fazlasının** bu yılda katılım göstermesi ve ziyaretçilerin **%90**'ünün karar vericilerin oluşturacağı fuar, ziyaretçilerine kurumlar arası görüşme imkanı sunarak maksimum fayda sunmayı hedeflemektedir.



**MDD EXPO Private Label Fuar'** ını ziyaret etmemiz için 7 neden:

1. Fuar bünyesinde ziyaret edilebilecek 6 sektör:  
Market ürünleri, Et ve Deniz ürünleri, Süt ürünleri, Dondurulmuş ve taze ürünler, İçecek ve Yiyecek dışı ürünler.
2. Avrupa, Amerika ve Asya piyasasındaki en yeni ürünleri keşfetme fırsatı
3. Yıllardan yıla ürün aralığını geliştirme imkanı
4. %30'u yurtdışından gelen fuar katılımcıları ile çeşitli kültürlerden gelen uluslararası geniş bir ürün yelpazesi tanıma şansı
5. Özel ihtiyaçlara çözüm bulmaya yönelik düzenlenen ikili iş görüşmelerine katılma fırsatı
6. Ziyaretçilerin yeni ürünler keşfetme şansı yakalayarak iş etkinliğini artırma imkanı,
7. Sektör uzmanları tarafından düzenlenen konferanslara katılarak en son müşteri eğilimleri, pazar analizi hakkında bilgi edinme fırsatı.