

W targach WorldFood Warsaw uczestniczymy po raz drugi. Już podczas pierwszej edycji zainicjowaliśmy z kilkoma firmami owocną współpracę, która trwa do dziś. Druga edycja wystawy jest jeszcze bogatsza, obfitująca w zwiedzających – potencjalnych klientów i partnerów, z którymi możemy nawiązać współpracę. Firma EKOHERBA 80% swojej produkcji kieruje na eksport. Dlatego tak cenimy sobie międzynarodowy charakter targów WorldFood Warsaw.

**Karol Sidoruk, właściciel EKOHERBA**

---

Poprzednia edycja WorldFood Warsaw była dla nas bardzo owocna, również ze względu na otrzymany Złoty Medal. To samo można powiedzieć o targach WorldFood Warsaw 2015. Widzimy duże zainteresowanie naszymi produktami ze strony klientów sieciowych, między innymi z Tesco czy ze sklepów ze zdrową, naturalną żywnością. Poza tym na targach prezentujemy po raz pierwszy nasze nowe produkty – wyroby czekoladowe bez laktozy i produkty bezglutenowe. WorldFood Warsaw to idealna okazja do ich premiery i promocji. Doceniam również efekt promocyjny targów i działania marketingowe organizatora. Dzięki nim odwiedzający wiedzą o naszej obecności na targach.

**Beata Straszewska, Stewiarnia**

---

Bardzo pozytywnie oceniamy tegoroczną edycję targów WorldFood Warsaw – sprawną organizację, interesujący dobór wystawców, dużą liczbę branżowych gości, ciekawe wydarzenia towarzyszące zorganizowane na najwyższym poziomie merytorycznym. Dzięki obecności tutaj mogliśmy uczestniczyć w rozmowach B2B z przedstawicielami 10 różnych krajów świata. Ogromnym zaskoczeniem i potwierdzeniem sensu naszej działalności biznesowej jest Złoty Medal za targowy debiut – napój ChaiMate. To nasza pierwsza tak ważna nagroda, a prestiżu dodaje fakt, iż odbieraliśmy ją z rąk prezesa Agencji Rynku Rolnego – czołowej instytucji promującej polską żywność. Nie muszę chyba dodawać, że z pewnością za rok spotkamy się w tym samym miejscu – na III edycji targów WorldFood Warsaw!

**Michał Borecki, Wild Grass**

---

Targi WorldFood Warsaw stają się jednym z najważniejszych punktów kalendarza spotkań dla branży rolno-spożywczej. Prezentacje nowości, dyskusje o trendach i kondycji branży, ale przede wszystkim spotkania producentów, dystrybutorów i sprzedawców z kraju i z zagranicy stanowią o sile i sukcesie tego wydarzenia. Międzynarodowy charakter targów sprawia, że impreza ta jest doskonałą okazją do promocji polskich produktów i firm z branży spożywczej, a pośrednio także do budowy marki naszego kraju.

**Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Godła Promocyjnego Teraz Polska**

---

Jesteśmy zadowoleni z udziału w targach, przede wszystkim ze względu na ich biznesowy charakter. Wśród zwiedzających jest jedynie nieliczny odsetek ludzi nie związanych z sektorem spożywczym."

**Grzegorz Klimczyk, Zbigniew Winnicki, PHUP „Jędrzejczak”**