

Żywność dla Zdrowia 2008

Funkcjonalna, Organiczna, Dietetyczna,
Ekologiczna, Prozdrowotna, Naturalna, Bio

28-29 lutego 2008, Hotel Jan III Sobieski, Warszawa

prawo • technologie • marketing • sprzedaż

W Kongresie udział biorą:

FRoSTA

Unilever

Good Food

IGI Food Consulting

Ekoprodukt

Bakalland

Tetra Pak

Carrefour

Wasa Barilla

SGGW

Zbyszko

TESCO

O!eko

Organic

Farma Zdrowia

Polska Federacja

Producentów

Żywności

Instytut Żywności

i Żywienia

Bonduelle

W programie m.in.

- 0% tłuszczu, bez cholesterolu, z zawartością minerałów, light, prebiotyki, niskokaloryczne, bez konserwantów – obietnice bez pokrycia czy gwarancja zdrowia?
- *wellness* w polskim wydaniu a trendy międzynarodowe
- oświadczenia żywieniowe i zdrowotne a odpowiedzialność producenta
- najnowsze i najbardziej skuteczne triki marketingu żywieniowego
- najświeższe regulacje prawne
- skuteczne metody kreowania popytu „żywności dla zdrowia”

Patroni

PRZEMYSŁ
FERMENTACYJNY
I OWOCOWO-WARZYWNY

 **gielaspozywcza.pl**
GRUPA MARKETEQ.COM

 **opakowania.com.pl**
serwis branżowy

TRENDY
F O O D

 **IGIFOOD**
CONSULTING

Żywność dla Zdrowia 2008

PROGRAM KONGRESU

Czwartek, 28 lutego 2008 r.

9:30 Rejestracja, poranna kawa i przywitanie Uczestników

10:00 Europejski wymiar promocji „zdrowego stylu życia” oraz działalność producentów i dystrybutorów żywności w walce z otyłością
Zdrowe społeczeństwo celem działań polityki żywienia UE – Europejska Platforma ds. Diety, Aktywności Fizycznej i Zdrowia.
Rola biznesu żywnościowego w poprawie zdrowia publicznego
Ewa Halicka, SGGW

10:35 Boom na zdrową żywność w Polsce – fakty, mity, prognozy
Punkt widzenia dystrybutora na polskie zwyczaje zakupowe.
Cena i jej znaczenie w wyborze produktu „zdrowszego niż inne”
Znaczenie relacji producent – dystrybutor a budowanie wizerunku produktu i zdobywanie zaufania Konsumenta
Sławomir Chłoń, Organic Farma Zdrowia

11:10 Żywność dla zdrowia: z natury czy wzbogacana. Co wybiera dzisiejszy Konsument?
Analiza i porównanie zalet oraz popularności produktów zdrowych „po prostu” oraz wzbogacanych o witaminy, przeciwutleniacze czy prebiotyki
Marta Martys, Wasa Barilla

11:45 Przerwa na kawę

12:05 W co wierzy a w co nie polski Konsument?
Case study: Veroni Mineral Fit – woda z sokiem bez konserwantów
Case study: Veroni Mineral Green Tea z Błonnikiem, 2 razy zdrowie
Krzysztof Winklewski, Zbyszko

12:40 Marketing żywieniowy w kreowaniu popytu na prozdrowotne produkty spożywcze
Zmiany zachowań Konsumenta żywności i jego wiedza na temat prawidłowego żywienia. Wykorzystanie marketingu żywieniowego na rynku nowych produktów spożywczych. Oczekiwania Konsumenta na rynku prozdrowotnej żywności
Krystyna Rejman, SGGW

13:15 Lunch

14:15 Znakowanie żywności wartością odżywczą i jego wpływ na wizerunek producenta i jego produktu
Andrzej Gantner, Polska Federacja Producentów Żywności

14:50 Oświadczenie żywieniowe i zdrowotne
Informacje dla Konsumentów oraz obowiązki i odpowiedzialność producenta żywności
Izabela Tańska, IGI Food Consulting

15:25 Uzasadnienie naukowe oświadczeń zdrowotnych
Janusz Ciok, Instytut Żywności i Żywienia

15:55 Przerwa na kawę

16:10 „Wiem, co wybieram” – program edukacyjno-informacyjny dla Konsumentów
Case study: Wspólna inicjatywa producentów na rzecz znakowania produktów żywnościowych
Magdalena Przyżycka, Frosta Iwona Niegowska, Unilever

16:45 Polubić szpinak – jak skutecznie zmieniać nawyki żywieniowe Konsumentów
Marta Kałuska, Bonduelle

17:20 Zakończenie pierwszego dnia Kongresu i poczęstunek

9:00 Rejestracja, przywitanie i poranna kawa

9:30 **Żywność dla Zdrowia na półce sklepowej – ogólnodostępny produkt czy luksus dla wybranych**

Analiza aktualnej roli produktów prozdrowotnych w sieciach handlowych oraz prognozy na przyszłość

Marta Rustecka, Carrefour

10:05 **Żywność dla zdrowia vs polityka asortymentowa sieci handlowych**

Jak produkt dla zdrowia wpływa na wizerunek sklepu

Iwona Jabłonowska, Tesco

10:40 **Tradycyjne i inne kanały dystrybucji „zdrowej żywności” – kluczowe czynniki sukcesu sprzedaży**

Analiza SWOT w dystrybucji pomiędzy kanałami sprzedażowymi

Robert Czajkowski, Good Food

11:15 Przerwa na kawę

11:35 **Żywność Genetycznie Zmodyfikowana – sytuacja na rynku i prognozy**
Informacje ważne dla Konsumenta i producenta

Produkty dopuszczone do obrotu w UE, zasady znakowania i obowiązek *traceability*

Izabela Tańska, IGI Food Consulting

12:10 **Czy należy bać się kalorii?!**

Dobra, pusta i zła kaloria
– porządkowanie pojęć

Case study: Ekoprodukt

Marek Kubara, Ekoprodukt

12:45 **Integracja rynku żywności ekologicznej w Polsce – szansą na zwiększenie sprzedaży produktów bio w kraju i zagranicą**

Waldemar Sadowski, O!eko

13:20 Lunch

14:20 **Serwisy konsumenckie i produktowe, programy informacyjne oraz edukacyjne i ich rola w promocji produktów dla zdrowia**

Case study: Mleko z Klasą

Magdalena Bednarek, Tetra Pak

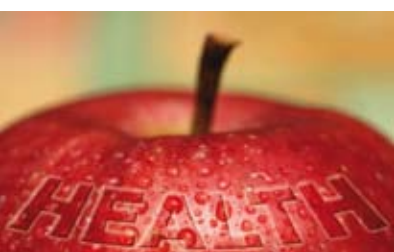


14:55 **Co producent żywności może zrobić dla zdrowia polskiego Konsumenta**

Case study: Bakalland

Sylvia Łoniewska i Adam Moskała, Bakalland

15:30 **Zakończenie, wręczenie certyfikatów i poczęstunek**



28-29 lutego 2008

Hotel Jan III Sobieski

Warszawa

WPROWADZENIE

W wyniku **wzrostu tempa życia i stresu Konsument** coraz częściej poszukuje **rozwiązań podnoszących komfort i jakość życia**. Jednocześnie sukcesywny wzrost dochodów przypadających na statystycznego Polaka umożliwia mu zwracanie się ku produktom żywnościowym wyższej jakości. Dodatkowo media wyraźnie wskazują na **realne korzyści płynące ze zdrowego stylu życia**.

Te wszystkie czynniki sprawiają, że asortyment **żywności o walorach prozdrowotnych** jest coraz częściej **wybozem Konsumenta**.

Jak Państwa firma może skorzystać na coraz bardziej popularnym na rynku trendzie wellness? Na to pytanie uzyskają Państwo odpowiedź właśnie podczas organizowanego przez Informedia Polska wydarzenia, w którym udział wezmą najlepsi Ekspertsi z branży i Znawcy tematu.

KTO POWINIEN WZIĄĆ UDZIAŁ W KONGRESIE:

Projekt kierujemy do Reprezentantów **Producentów oraz Dystrybutorów w branży FMCG** zaangażowanych w promocję zdrowego stylu życia i odpowiadających za następujące obszary biznesowe:

- Marketing
- Sprzedaż
- Research & Development
- Zakupy
- Opakowania/Znakowanie
- New product development
- Brand development
- Brand management
- Business Development
- Customer Insights
- Channel development
- Prawo
- Oraz wszystkich Osób zainteresowanych trendem *wellness* na rynku żywnościowym w Polsce



Każdy uczestnik otrzyma imienny certyfikat
poświadczający udział w Kongresie

O NAS

- Informedia Polska Sp. z o.o. jest częścią Informedia Group (UK) z siedzibą w Londynie oraz oddziałami w Europie, Azji i Północnej Afryce. Siła Informedia Group to połączenie międzynarodowego doświadczenia z doskonałą znajomością lokalnego rynku i jego know-how.
- Informedia posiada szeroką wiedzę o różnych sektorach i jest organizatorem całej gamy prestiżowych konferencji w wielu branżach, wśród których są: telekomunikacja i media, farmacja, energetyka, finanse & bankowość, IT, retailing, paliwa & gaz, nieruchomości oraz FMCG.
- Informedia Group jest częścią Expomedia Group plc, grupy medialnej B2B specjalizującej się w organizowaniu wysokiej klasy wystaw, targów, konferencji, zarządzającej centrami targowymi na całym świecie oraz wydającej specjalistyczne publikacje. Expomedia Group plc od 2001 r. jest spółką notowaną na londyńskiej giełdzie papierów wartościowych.
- Expomedia współpracuje z wieloma międzynarodowymi organizacjami i partnerami medialnymi, w tym m.in. z: Telegraaf Media Group, Montgomery International, dmg world media, Gruner+Jahr, Gazprom Media oraz Axel Springer.



Robert Czajkowski – Dyrektor Handlowy, Good Food

Zarządza działem handlowym w zakresie sprzedaży produktów brandowych oraz marek własnych we wszystkich kanałach sprzedaży. Wcześniej związany z firmami Cenos, PZ Cussons Polska, Gillette Polska. Posiada wieloletnie doświadczenie w sprzedaży, negocjowaniu rocznych umów i warunków handlowych z kluczowymi klientami, opracowywaniu i wdrażaniu marketingowych i trade marketingowych planów promocyjnych. Projektował i nadzorował współpracę z największymi sieciami w kanale nowoczesnym, tj. Real, Tesco, Ahold, Makro, Selgros, JMD, Minimal, Carrefour, Auchan.



Iwona Jabłonowska – Development Project Manager, TESCO Polska

Posiada wieloletnie doświadczenie w branży FMCG w zakresie zarządzania jakością, rozwoju nowych produktów oraz zarządzaniu asortymentem w sieci. Jest ekspertem w dziedzinie negocjacji warunków współpracy między sieciami detalicznymi i ich dostawcami. Nadzoruje proces wdrażania nowych produktów do sieci. Współuczestniczyła w procesie wdrażania systemu Supplier Relationship Management. Zajmuje się poszukiwaniem nowych źródeł zakupowych, rozwojem bazy importowej i współpracą co-marketingową z dostawcami. Zaangażowana we współpracę z Polską Organizacją Handlu i Dystrybucji oraz International Agriculture and Technology Center.



Marta Rustecka – Menedżer ds. Zarządzania Kategoriami, Carrefour Polska

Od 2005 r. związana z Carrefour Polska. Odpowiedzialna za tworzenie planogramów dla hipermarketów Carrefour, w ramach sektora FMCG, zgodnych z polityką oraz zasadami merchandisingu firmy. Zajmuje się analizowaniem sprzedaży oraz udziałów rynkowych poszczególnych kategorii i producentów w oparciu o dane wewnętrzne, rynkowe oraz ofertę bezpośredniej konkurencji. W ramach zarządzania asortymentem zajmuje się również bieżącym optymalizowaniem oraz aktualizowaniem oferty asortymentowej hipermarketów Carrefour, współpracując przy tym z Działem Handlowym (Kupcami). Współorganizatorka wielu testów i badań konsumenckich dążących do lepszego poznania klientów sieci.



Magdalena Bednarek – Project Manager, Tetra Pak

Od czterech lat związana z firmą Tetra Pak – największym na świecie producentem opakowań do płynnej żywności. Twórcza i krajowy koordynator programu „Mleko z klasą”, realizowanego w ramach dopłat Unii Europejskiej do spożycia mleka w szkołach. Pomysłodawca programu edukacyjnego realizowanego w szkołach podstawowych z zakresu podniesienia świadomości na temat walorów picia mleka w wieku szkolnym.



Izabela Tariska – Doradca ds. Bezpieczeństwa Żywności, IGI Food Consulting

Specjalizuje się w zagadnieniach dotyczących oświadczeń zdrowotnych i żywieniowych oraz żywności genetycznie zmodyfikowanej. Bierze udział w licznych projektach związanych ze spełnianiem wymogów prawa żywnościowego przez podmioty branży spożywczej i farmaceutycznej. Wykładowca na konferencjach i szkoleniach, zarówno krajowych jak i zagranicznych. Jest autorką wielu publikacji w prasie fachowej. Pracowała w Głównym Inspektoracie Sanitarnym, pełniąc funkcję koordynatora wydziału ds. współpracy z zagranicą i żywności GM. Koordynowała przygotowywanie Stanowisk Rządu RP w odniesieniu do aktów prawnych z zakresu bezpieczeństwa żywności.



Dr n. med. Janusz Ciok – Zastępca kierownika Zakładu Bezpieczeństwa Żywności i Żywienia, Instytut Żywności i Żywienia

Jako delegat Ministra Zdrowia uczestniczył w pracach Grupy Roboczej Rady Europejskiej na temat opracowania rozporządzenia w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących produktów spożywczych. Jest autorem wielu artykułów opublikowanych w polskiej i międzynarodowej prasie branżowej. W Instytucie Żywności i Żywienia początkowo pracował w Klinice Chorób Metabolicznych i Gastroenterologii, następnie w Samodzielnej Pracowni Prewencji Pierwotnej Chorób na tle Wadliwego Żywnienia, a obecnie jako zastępca kierownika Zakładu Bezpieczeństwa Żywności i Żywienia.

Marta Kałuska – PR&Product Manager, Bonduelle

Absolwentka podyplomowych studiów w zakresie zarządzania gospodarką europejską SGH/HEC. Posiada wieloletnie doświadczenie w branży FMCG, szczególnie w dziedzinie komunikacji marketingowej i public relations. W Bonduelle od 7 lat. Pracowała także na rzecz marek Soraya, ST Yves, SC Johnson, Bristol Myers Squibb. W Bonduelle odpowiada za strategię PR marki oraz grupę produktów Food Service kierowanych do gastronomii.



Marek Kubara – Prezes, Ekoprodukt

W 1993 r. utworzył firmę EKOPRODUKT specjalizującą się w produkcji suplementów diety i żywności ekologicznej. Współtwórca Grupy O!eko konsolidującej rynek produkcji ekologicznej. Wiceprezydent Regionalnej Izby Przemysłowo-Handlowej w Częstochowie. Członek Rady Gospodarczej przy Prezydencie Miasta Częstochowy. Działalność gospodarczą rozpoczął na przełomie lat 80-tych i 90-tych jako Prezes Przedsiębiorstwa Usług Naukowo – Technicznych Pro Novum. Absolwent Politechniki Częstochowskiej i jej długoletni pracownik naukowy.



Ewa Halicka – Adiunkt w Katedrze Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, SGGW

Członek Zespołu Promocji Zdrowego Stylu Życia powołanego w 2007 r. przez Głównego Inspektora Sanitarnego. Ekspert ds. polityki wyżywienia ludności i rozwoju gospodarki żywnościowej. Od 1996 r. prowadzi badania naukowe w zakresie analizy rynku żywnościowego, zachowań konsumenta oraz edukacji zdrowotnej. Uczestniczy w europejskich projektach badawczych ukierunkowanych na monitoring spożycia żywności.



Andrzej Gantner – Dyrektor Generalny, Polska Federacja Producentów Żywności

Ekspert w zakresie zarządzania i marketingu. Doświadczenie zdobył dzięki pracy w polskich i zagranicznych ośrodkach naukowych oraz pełniąc funkcje kierownicze w polskich przedsiębiorstwach przetwórstwa żywności. Koordynuje prace Stowarzyszenia PFPŻ, komisji i grup roboczych. Jest członkiem i zastępcą w Zarządzie Konfederacji Przemysłu Żywności i Napojów w UE (CIAA) oraz członkiem Rady Programowej miesięcznika Higiena i Bezpieczeństwo Żywności. Doświadczenie w zakresie projektów finansowanych przez UE zdobył jako ekspert FAPA przy wdrażaniu i ocenie projektów dla rolnictwa oraz jako koordynator programu PHARE BSP (Business Support Programme).



Krystyna Rejman – Adiunkt na Wydziale Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji, SGGW

Prowadzi badania naukowe, w tym w ramach międzynarodowych projektów, z zakresu: gospodarka żywnościowa, funkcjonowanie poszczególnych rynków, sektor gastronomii, polityka wyżywienia ludności. Wykonuje ekspertyzy na potrzeby firm z sektora spożywczego. Prowadzi działalność konsultingową i szkoleniową.



Magdalena Przyżycka – Specjalista ds. Marketingu i PR, FRoSTA

Od 3 lat związana z firmą FRoSTA. Pracuje w dziale Marketingu odpowiadającym zarówno za rynek polski, jak i Europę Centralno-Wschodnią. Odpowiedzialna za kontakty z mediami i budowanie strategii PR dla marki FRoSTA. Aktywnie uczestniczyła przy pracach ogólnopolskiej kampanii informacyjno-promocyjnej współfinansowanej ze środków Unii Europejskiej pt. „Mrożonki pełne natury”, organizowanej przez producentów żywności mrożonej. Obecnie reprezentuje firmę FRoSTA przy wdrożeniu programu edukacyjno-informacyjnego „Wiem, co wybieram”.



Iwona Niegowska – Nutrition Manager, Unilever Polska

Absolwentka Wydziału Żywnienia Człowieka warszawskiej SGGW z blisko 15 latami doświadczenia jako żywieniowiec. Członek Polskiego Towarzystwa Nauk Żywieniowych. Od ponad 3 lat pracuje dla Unilever, gdzie jest odpowiedzialna za aspekt żywieniowy m.in. produktów marki Knorr oraz wsparcie dla programu „Wiem, co wybieram”. Członek Europejskiej Grupy Żywieniowców Unilever Health Institute w Holandii. Pierwsze kroki w zawodzie żywieniowca stawiała w Lot Catering, a następnie przez 10 lat była związana z producentem żywności Gerber i Bobo Frut. Współtwórczyni Akademii Gerber, która została powołana w celu rozwoju i upowszechniania wiedzy na temat prawidłowego żywienia i pielęgnacji niemowląt, dzieci oraz kobiet ciężarnych i karmiących piersią.



Krzysztof Winklewski – Dyrektor Handlowy, Zbyszko Company Sp z o.o.

Związany z firmą od 2,5 roku. Początkowo jako Szef Sprzedaży detalicznej, obecnie Dyrektor Handlowy. Zbyszko Company jest jednym z czołowych producentów produktów typu soft drink w Polsce. W branży FMCG od początku 1998 roku.



Sławomir Chłoń – Prezes Zarządu, Organic Farma Zdrowia SA

Organic Farma Zdrowia to lider rynku sprzedaży żywności ekologicznej i zdrowej. Aktualnie sieć posiada 14 delikatesów i 2 restauracje marki Green Way. Sławomir Chłoń współzałożył z żoną Aquapark WESOLANDIA, uznany za najlepszy Aquapark w Warszawie w rankingu Życia Warszawy z 2004 roku. Twórca marki Camp&Ravel. Wcześniej przez 10 lat zasiadał w zarządzie ComputerLand SA, w tym ponad 2 lata jako Prezes Zarządzający.



Marta Martys – Kierownik Marketingu, Wasa Barilla

W roku 1993 rozpoczęła swoją karierę zawodową w firmie Master Foods Polska. Pierwsze 2 lata pracy spędziła w dziale sprzedaży, potem już cała j kariera związana była z marketingiem: w MFP. W 2000 roku związała się z firmą Wasa Barilla Poland, w której pracuje do dziś jak Marketing Manager. W firmie tej jest odpowiedzialna za całość działań marketingowych marek Wasa oraz Barilla.

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

W przypadku większej liczby zgłoszeń prosimy o powielenie formularza zgłoszeniowego

informedia
POLSKA

Imię i nazwisko: _____

Stanowisko: _____

Departament: _____

Firma: _____

Ulica: _____

Kod: _____ Miasto: _____

Telefon: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Wyślij dziś na numer faksu
0-12 350 54 01

Kongres

Żywność dla zdrowia 2008

Funkcjonalna, Organiczna,
Dietetyczna, Ekologiczna,
Prozdrowotna, Naturalna, Bio

28-29 lutego, 2008
Hotel Jan III Sobieski
Warszawa

TAK, chcę wziąć udział w Kongresie „Żywność dla zdrowia 2008. Prawo, technologie, marketing, sprzedaż”.
Termin 28-29 lutego 2008 r.
Cena Kongresu:
3995 + 22% VAT w przypadku zgłoszeń nadesłanych do 8 lutego 2008,
4495 + 22% VAT w przypadku zgłoszeń nadesłanych po 8 lutego 2008.

NIE, nie chcę wziąć udziału w Kongresie, ale proszę o przesłanie informacji o nadchodzących wydarzeniach

Proszę o wystawienie faktury VAT

W przypadku konieczności wystawienia faktury VAT proszę podpisać niniejsze oświadczenie:
Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 12.05.1993 (Dz. Ust. 39/93 poz. 176)

pełna nazwa firmy:

z siedzibą:

przy ul.

oświadczam, że jest płatnikiem podatku od towarów
i usług VAT i posiada numer NIP

Informedia Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Prądzyńskiego 12/14, wpisanej do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000223380, NIP: 527-245-67-22, wysokość kapitału zakładowego: 50 000,00 zł

podpis i pieczęćka

Upoważniamy firmę Informedia Polska Sp. z o.o. do wystawienia faktury VAT bez podpisu odbiorcy. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy. Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Informedia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Informedia), informuje, że jest administratorem danych osobowych.

Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Informedia, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Informedia. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Informedia oraz klientów Informedia.

Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jego dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania.

Warunki uczestnictwa:

1. Koszt uczestnictwa jednej osoby w Kongresie wynosi:
3995 PLN + 22% VAT w przypadku zgłoszeń nadesłanych do 8 lutego,
4495 PLN + 22% VAT w przypadku zgłoszeń nadesłanych po 8 lutym.
2. Cena obejmuje prelekcje, materiały, przerwy kawowe oraz lunch.
3. Po otrzymaniu zgłoszenia, prześlemy Państwu potwierdzenie udziału i fakturę pro forma.
4. Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od daty wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem Kongresu.
5. Wpłaty należy dokonać na konto:
DZ BANK POLSKA SA
Pl. Piłsudskiego 3, Warszawa
1517400060000300000176490
6. Rezygnację z udziału należy przesyłać listem poleconym na adres organizatora.
7. W przypadku rezygnacji do 8 lutego obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 400 PLN + 22% VAT.
8. W przypadku rezygnacji po 8 lutego pobierane jest 100% opłaty za udział.
9. Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w Kongresie powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
10. Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
11. Zamiast zgłoszonej osoby w Kongresie może wziąć udział inny pracownik firmy.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie.

INFORMEDIA POLSKA Sp. z o.o., ul. B. Joselewicza 21c, Kraków, tel.: (012) 350 54 00, faks: (012) 350 54 01, e-mail: info@informedia-poland.com

Moskwa Warszawa Mumbai Malaga Kolonia Casablanca Kraków Madryt
Londyn New Delhi Amsterdam Hamburg Budapeszt Belgrad Zagrzeb Paryż