



# Fİ FUARCILIK MEDYA

Yapım Yayın Tanıtım Org. Tic. Ve San. Ltd. Şti.

FUAR . GASTRO WORK GASTRO  
ORGANI NOMİ SHOP MEDYA/  
ZASYON TURİZMİ (MUTFAK ATÖLYESİ)  
LARI KÜLTÜR

*Euarların tartışmasız üstünlüklerini sürdürülebilir kılmak ve geliştirmek "BİZCE" en önemli unsurdur.*

FUAR  
ORGANI  
ZASYON  
LARI

GASTRO  
NOMİ  
TURİZMİ

WORK  
SHOP  
(MUTFAK ATÖLYESİ)

GASTRO  
MEDYA/  
KÜLTÜR

FUARCILIK  
MEDYA





**Fİ FUARCILIK MEDYA**  
Yapım Yayın Tanıtım Org. Tic. Ve San. Ltd. Şti.

# Fİ FUARCILIK MEDYA

# Fi FUARCILIK MEDYA

Fuarların tartışmasız üstünlüklerini sürdürülebilir kılmak ve geliştirmek "BİZCE" en önemli unsurdur.

Uzun yıllar medya sektörünün mektepli basın mensupları olarak gazetecilik ve televizyon programlarımızın bize kattığı tecrübeler ile edindiğimiz deneyimlerimizi Fi Fuarcılık ve Medya Yayın Yapım Organizasyon Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi çatısı altında topladık.

Tüm yayıncılık projelerimiz ile birlikte, bünyemizde ayda bir Türkçe ve İngilizce yayımladığımız online e-dergimiz Gastro Tourism Turkey ile yeni nesil dijital yayıncılık alanında iddialı bir çıkış yaptık. Dijital yayıncılığın hızlı dönüşümü ile dergimizi uluslararası platformlarda dahil olmak üzere tüm kitlelere ulaştırıp okutmayı başardık.

Uzun zamandır alt yapısını oluşturduğumuz ve sektörü çok iyi analiz ettiğimiz fuarcılık alanında tüm kriterlerimizi hazır ederek fuar organizasyonlarında söz sahibi olmak üzere çalışmalarımızı başlatarak 2022 ve devamı yol haritasını, proje ve hedeflerimizi belirledik.

## BİZCE...

Ülkemizin temel ekonomik ve kültürel yapısında yerel yapılanmaları güçlendirmek ve geliştirmek için ulusal ve uluslararası pazarlara açılma gereksinimi kaçınılmazdır.

Bunu sağlamanın temel yollarından birisi de ulusal ve uluslararası iş birlikleri ve ihracatı geliştirme noktasında yerli ve yabancı yatırımcıları, servis sağlayıcıları ve tedarikçileri bir araya getirecek fuar organizasyonları gerçekleştirmektir. Fuarların tartışmasız üstünlüklerini sürdürülebilir kılmak ve geliştirmek "BİZCE" en önemli unsurdur. Katılımcılarına şeffaf ve doyurucu bilgiyi vermek, koyduğu hedefleri gerçekleştirebilecek altyapıyı oluşturmak, katılımcı ve ziyaretçi memnuniyetini ilke edinmek "BİZCE" kaçınılmazdır.

**Fuarların tartışmasız üstünlüklerini sürdürülebilir kılmak ve geliştirmek "BİZCE" en önemli unsurdur. Katılımcılarına şeffaf ve doyurucu bilgiyi vermek, koyduğu hedefleri gerçekleştirebilecek altyapıyı oluşturmak, katılımcı ve ziyaretçi memnuniyetini ilke edinmek "BİZCE" kaçınılmazdır.**



Fİ FUARCILIK MEDYA

# hizmetlerimiz

## FUAR ORGANİZASYON LARI

1

### FUAR ORGANİZASYONLARI

Konsept fuarlar gerçekleştirerek katılımcısının yanı sıra ziyaretçisini de memnun eden fuarlar gerçekleştiriyoruz. Uluslararası ve ulusal alanda organizasyon yeteneği, güçlü ilişkilerinin varlığı, operasyon geliştirme deneyimimizle, uluslararası ve ulusal alanda tecrübeli profesyonel kadromuz ve gerekli şartları yerine getirebilecek firma organizasyon yapımızla; altyapı, deney, birikim ve bilgi gücümüzle, Türk sanayicisinin, ürünlerinin ve hizmetlerinin daha fazla kitleye doğru pazarlarda, doğru fuarlarda, daha etkin tanıtımını gerçekleştirmek amacıyla fuarlar organize ediyoruz.

# GASTRO NOMİ TURİZMİ



## ? GASTRONOMİ TURİZMİ

### **Gastronomi turizmini üç ana temeli oluşturur:**

Bunlar tarım, kültür ve turizmdir. Bu temel nitelikler; gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına imkân sağlar.

Tarım ürünü sunar, kültür tarihi ve otantikliği, turizm ise alt yapıyı ve hizmetleri sağlar. Gastronomi turizmi içinde dört temel motivasyon barındırır; bunlar fiziksel, kültürel, sosyal ve prestijdir.

Fiziksel motivasyonda insan temel beslenme ihtiyacı olarak yemek ister. Kültürel motivasyon da içinde bulunduğu kültüre ait hissetmek ve o kültürü yaşamak için yemek ister. Bunun için yöresel lezzetleri ve kültürü yansıtan restoranlar, üretim noktaları ve festivaller turisti motive edecek unsurlardır. Sosyal motivasyon da turistin gastronomik faaliyete katılması ise sosyal açıdan motive eder. Prestij motivasyonda ise turist katıldığı gastronomi etkinliklerini veya yöresel lezzet deneyimlerini arkadaşları ile paylaşır ve bu sayede turiste arkadaş ortamında prestij sağlar.

**Fi Fuarcılık olarak  
“gastronomi turizmi”  
konusunda gerek dergicilik,  
gerek fuar organizasyonu  
gerekse de farklı aktivitelerle  
sektör liderliği yapmayı  
amaçlıyoruz.**

# WORKSHOP (MUTFAK ATÖLYESİ)



## WORKSHOP (MUTFAK ATÖLYESİ)



Gerek fuar organizasyonlarımız da gerekse de yıl içindeki etkinliklerimizde oluşturduğumuz workshoplarımızda yaptığımız gastronomi gösterileri hem eğitimsel hem de tanıtımsal amaç taşımaktadır.

Katılımcılarımıza el becerileri gerektiren ufak ve kolay işlerin üretiminin yapıldığı alanlar ya da belirlenen sayıdaki kişilerle beraber yapılan ve bu kişiler arasında dayanışma, yardımlaşma ve bilgi paylaşımı gerçekleşen, bir çeşit eğitim sunuyoruz. Gerek fuar organizasyonlarımızda gerekse de yıl içindeki etkinliklerimizde oluşturduğumuz workshoplarımızda yaptığımız gastronomi gösterileri hem eğitimsel hem de tanıtımsal amaç taşımaktadır.

# GASTRO MEDYA/ KÜLTÜR



## GASTRO MEDYA/ GASTRO KÜLTÜR



Medya, bir araç olarak kitlelere mesajlar iletip yeme-içme kültürünü biçimlendirirken, aynı zamanda yenilenin, içilenin de mesajlar taşıyan araç olma özelliğinden faydalanır.

Medya, bir araç olarak kitlelere mesajlar iletip yeme-içme kültürünü biçimlendirirken, aynı zamanda yenilenin, içilenin de mesajlar taşıyan araç olma özelliğinden faydalanır. İnsanların kendi tüketimlerine ve iktidarların yeme-içme politikalarına dair eleştirel düşüncelerini sağlayan gastro kamusal alanların içinde yeme-içmeye dair bilgiler paylaşılmaktadır. Gastro kamusal alanın parçası olan gastro medya, yeme-içmeye dair mesajları insanlara ulaştırarak gastro kültürün oluşmasını sağlamaktadır. Gastro kültür, toplumların yeme-içmeye dair atfettikleri anlamların karşılaşmaları ve etkileşime girmeleri ile şekillenmiş kültürel birikimleri ifade eder. Kültür, günümüzde teknolojinin elverişliliği sayesinde sürekli olarak bu etkileşimlerle evrilmekte toplumsal yapının değişimi ile beraber yeni kültürel alanların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Gastro medya, gastronominin değişimi ve dönüşümünde en önemli araçlardan birisi iken, gastro kültürlerinde şekillenmesinde başrolü oynar.

# NASIL BİR FUAR?

Ekonomik, sosyolojik ve kültürel yapı içerisinde ulusal ve uluslararası pazarda, yüzlerce sektörde, yüzlerce fuar organize edilmektedir. Bu çeşitliliğe rağmen fuar organizasyonları temel nitelikler içerisinde standart değer ve altyapıya hatta vizyona sahip olmalıdırlar. En azından biz böyle düşünüyoruz.

Bu yüzden Fi Fuarcılık olarak **"Nasıl Bir Fuar?"** planlıyoruz sorusunun cevabını veriyoruz.

01

HEDEFLE  
RİN  
BELİRLEN  
MESİ

Genel geçer hedeflere bakarak fuara dair beklentilerimizi belirliyoruz. Katılımcıların temel hedeflerini ortaya koyuyoruz.

02

HEDEF  
KİTLENİN  
BELİRLEN  
MESİ

Ulusal ve uluslararası nihai tüketiciler, toptancılar ve perakendeciler, lojistik firmaları, acenteler, tedarikçiler, basın ve halk, hedef kitle olarak tanımlanabilir.

03

PAZAR  
HAKKIN  
DA BİLGİ  
TOPLAN  
MASI

Bölgesel, ulusal ve uluslararası araştırmalara dayalı pazar araştırması yapıyoruz.

04

YETKİLEN  
DİRME VE  
PERSONEL  
PLANLAM  
ASI

Fuar ekibi oluştururken hedefleri ve hedef kitleyi göz önünde bulunduruyoruz.

05

REKLAM  
MATERYA  
LLERİNİN  
HAZIRLAN  
MASI

Fuar tanıtımlarında kullanılacak reklam enstrümanlarının etkili ve doğru planlanması gerekmektedir. Profesyonel ekibimizle yaratıcı ve etkili reklam kampanyaları yapıyoruz.

## FUARLAR-REFERANS



### Life Paradise 2022

Yapı, Yaşam, İnşaat Malzemeleri ve Teknoloji Ekipmanları Fuarı  
22-25 Eylül 2022 - KAYSERİ

"Yapı Ürünlerinin Yaşam Döngünüz İçerisindeki Buluşması"



İletişim

Fİ FUARCILIK MEDYA YAPIM YAYIN TANITIM ORG. TİC. VE SAN. LTD. ŞTİ

Mustafa Kemal Mah. 2124 Cad. Doğa Blok No:12/1 Çankaya/ANKARA

+90 533 668 25 82

Fİ FUARCILIK MEDYA

www.fifuarcilik.com info@fifuarcilik.com