

Учасниками події були молоді та досвідчені дизайнери, а також відомі турецьки та міжнародні бренди.

За підтримки Київської торгово-промислової палати українська делегація змогла завітати на виставку. Українська делегація була представлена у складі двох організацій: ПП «Атлас Д» та ГО Гільдія Виробників Одягу. Окрім цих компаній на виставку приїхали українські співвітчизники з м.Севастополь.



Організатори CPI Collection Premiere Istanbul, Istanbul Textile and Apparel Exporter's Association (ITKIB Fair Organization Inc) за підтримки Igedo Company (проекти CPD, Дюссельдорф і СРМ, Москва) провели широкомасштабну компанію з залучення вітчизняних, міжнародних баєрів та преси. Українським організаторам подібних виставок є в чому повчитись у турецьких колег. Організатори поцілювались про те, щоб охопити якомога більше представників міжнародної преси та міжнародних баєрів. Були відправлені запрошення 80 тисяч фірм в міжнародному масштабі. Найбільший наплив відвідувачів спостерігався з Близького Сходу, Східного Блоку, Африки і Європи.

Для іноземних гостей були організовані безкоштовний прийом і комплексна програма перебування. А саме: п'ять днів перебування в готелі Conrad (цей готель доречі входить у всесвітньовідому мережу готелів «Hilton»), сніданки в готелі та обіди на території Taskisla Campus, зустріч в аеропорту, доставка в готель, через кожні півгодини доставка з готелю на виставку та знову - в готель, передостанній день - екскурсія містом та бенкет, супровід перекладача, інформаційна підтримка для іноземних відвідувачів працювала на найвищому рівні.

Український споживач знає турецький одяг як одяг «по name», який імпортується в нашу країну вже давно і за незначними цінами, звісно вищий за якістю та цінами ніж азіатський. Гості CPI - Collection Premiere Istanbul змогли побачити інший бік медалі. Замість невідомих брендів на подіум вийшли досить розкручені торгові марки, такі як BORA AKSU, ARZU KAPROL, KOTON, GIZIA. Ви скажете, ці торгові марки українському споживачу нічого не говорять, проте вони відомі в Росії, мабуть тому, що їхній ринок більш привабливий та гнучкий в плані зміни стереотипів. Крім того на самій виставці пройшла презентація біля 500 найвідоміших як міжнародних, так і турецьких брендів. Біля 40 відсотків від виставкової площі, що становить приблизно 7 тисяч квадратних метрів чистої площі для експозицій, організатори надали для користування іноземним

підприємцям і дизайнерам. Серед міжнародних компаній, що взяли участь у виставці, були помічені такі бренди, як Noir, Triumph, Falke, Bugatti, Burlington, Tally Weijl, Roedel, Cramelo, Helmut Lang, Gerry Weber, Basler. Серед турецьких необхідно виділити COLIN'S, Avva, Dewberry, G-Star Raw, Mondo, Oska, La Gazzetta, Sabbatha, Ten Club, Blue Seven, Vinzano, Collezione, White Stone, More&More та інші.

Як відомо, за останні два десятиліття Туреччина закріпила за собою позиції провідної держави у сфері виробництва модної продукції для Європи. Займаючи шосте місце з розвитку економіки, текстильна і легка промисловість у цій країні є ключовими галузями. Четверта частина всього експорту країни доводиться на моду і текстиль. Одночасно з цим турецька промисловість знаходиться в стані перетворення і все більше орієнтується на розвиток і збут власних марок, які розробляються турецькими і зарубіжними дизайнерами. При цьому бізнес у сфері моди здійснюється перш за все в Стамбулі, найкрупнішому пункті перетину транспортних потоків на Близькому Сході, і робить, за даними турецьких ЗМІ, істотний вплив на Європу.

Різниця в розвитку швейної галузі між Туреччиною та Україною суттєва. В Туреччині швейна галузь одна з провідних галузей, яка цікава власній державі, адже, турецькі виробники готового одягу планують довести торгівельний обсяг в галузі експорту готового одягу з 13 мільярдів доларів до 20 мільярдів. До 100-ліття з дня утворення Республіки, тобто до 2023 року, їхню головною метою є експорт на 60 мільярдів доларів. Турецькі підприємці разом з дизайнерами прагнуть не тільки виробляти і розробляти трендовий одяг, але й впливати на тенденції моди, диктувати її напрямки. Досить амбітно, правда! В Україні легка промисловість покищо не має вагомому потенціалу для власної держави і не є експортноорієнтованою прибутковою галуззю. Але завдяки таким подіям як CPI - Collection Premiere Istanbul, виставці CPD в Дюссельдорфі, завдяки тому, що є можливість знаходитися поряд з глобальними гігантами модної індустрії, ми можемо побачити світло в кінці тунелю, можемо дослідити доствід іноземних компаній і спланувати власний шлях, враховуючи найкращі результати розвитку світових брендів.

*Подвойська Ольга*