

# TÜRKİYE'NİN EN PRESTİJLİ MODA ETKİNLİĞİ



Mercedes-Benz FashionWeek  
ISTANBUL

# TÜRKİYE'NİN EN PRESTİJLİ MODA ETKİNLİĞİ MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL



## 1 NEW GEN DEFILESİ

İHKİB'in moda sektörünün geleceğine yöne veren kuruluşu İstanbul Moda Akademisi'nin genç yetenekleri, MBFWI kapsamında dünya moda profesyonelleriyle buluştu.



## 2 THE CORE ISTANBUL

İHKİB, moda haftasında gerçekleştirdiği The Core İstanbul ile önemli sayıda yabancı alıcı ve tasarımcının katılımıyla moda endüstrisine güncel ve yaratıcı çözümler sundu. Aynı zamanda da yeni iş birliklerine zemin hazırladı.

## 3 MERCEDES-BENZ FASHION WEEK ISTANBUL

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası kapsamında yapılan defilelerle, gelecek sezonun trendleri belirlenirken, İstanbul'un moda dünyasındaki yeri de tüm dünyaya bir kez daha gösterildi.

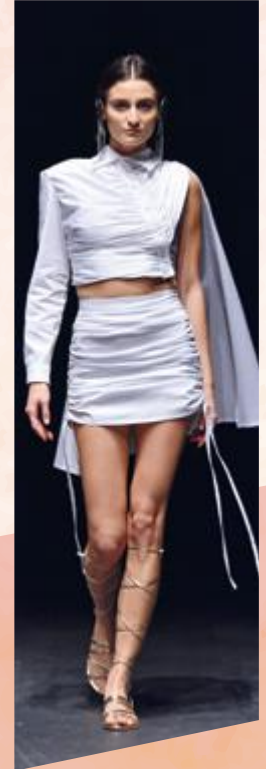




**M**ercedes-Benz Fashion Week İstanbul (MBFWI) İlkbahar/Yaz 2020 sezonu 8-11 Ekim 2019 tarihleri arasında İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile Zorlu PSM'de gerçekleşti. İstanbul'da moda haftasının 10. yılını da onurlandıran etkinlik, bu sezon "Together" teması ile moda endüstrisinin tüm paydaşlarını güçlerini birleştirmeye ve tek bir moda platformu etrafında yaratıcılığı paylaşmaya davet etti.

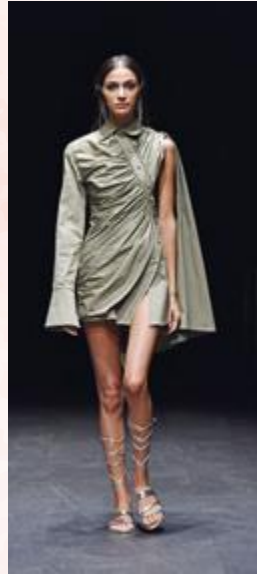
Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, "Together" teması ile günümüz moda endüstrisine alternatif bakış açıları sunan, modanın farklı alanlarına ışık tutan, ilham veren konuşmacılar ve çarpıcı panellerle daha da zenginleşti. Zorlu PSM SKY Lounge'da gerçekleşen paneller, moda endüstrisinin farklı alanlarına dokunan isimleri bir araya getirerek, disiplinler arası bir perspektif ve moda belleği sundu.

İHKİB'in, marka ekonomisine geçiş yolundaki en önemli aktörlerden biri olan Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası kapsamında üç önemli etkinliğe birden imza atıldı. New Gen by İMA defilesi ile yeni modacıları sektörün beğenisine sunan İHKİB, Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul moda haftası ile moda dünyasında Türk modacıların tasarımlarını öne çıkardı. Başarılı modacıların etkinlik kapsamında gerçekleştirdiği defileler, dış basında da büyük bir ilgi ile karşılandı. Moda haftasının öne çıkan etkinliklerinden The Core İstanbul ise, Türk moda tasarımcılarını global alıcılara bir araya getirerek, Türkiye'nin katma değerli ürünlerinin ihracatını artırmasına aracı oldu.





Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul kapsamında 14. Sezonda koleksiyonlarını sergileyen marka ve tasarımcılar arasında; Bağzıbağlı Privé x Özlem Erkan, Barbie by Çiğdem Akın, Can Yunus Çetinkaya, Ceren Ocak, Exquise, Gökhan Yavas, Hemington, Join Us, Kith&Kin, Lug Von Siga, Mehmet Korkmaz, Mehtap Elaidi, Mehtap Elaidi x Lenzing™ Ecovero™, Mercedes-Benz Presents Miin by Kadir Kılıç, Mert Erkan, Murat Aytulum, Natalie Kolyozyan, New Gen by İMA, Niyazi Erdoğan, Önder Özkan, Özlem Süer, Pioneering Designers I Futuristiklover - Mehmet Emiroğlu - Şebnur Günay, Pioneering Designers II Emre Pakel - Seydullah Yılmaz, Sudi Etuz, Wrdb DB-Berdan, Yplus by Yakup Biçer ve Yelda Aslan yer aldı.



## MERCEDES-BENZ FASHION WEEK İSTANBUL'DA SAHNE ARKASI

**M**ercedes-Benz Lounge bu sezon toplamda yaklaşık 5 bin davetliyi ağırladı. Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul resmi sponsorlarından AliExpress, All Stylish All Turkish söylemiyle hafta boyunca standında ziyaretçilerini karşıladı ve Türk modasını dünyaya tanıtmak için yurt dışından davet ettiği global moda fenomenlerini ağırladı. Hafta kapsamında ExpressFashion Paneli'ne de katılan AliExpress, Türkiye'nin moda sektöründeki e-ihracatının hızla artışı ile sosyal medyanın bu büyümedeki katkısının önemini masaya yatırdı.

Etkinlik resmi sponsorlarından DHL, şirket hedefi olarak benimsenen "2050 yılında sıfır emisyon" amaçlayan Go Green yaklaşımını, standında sergiledi. Standı ziyaret edenler WordPortrait sistemiyle DHL, moda ve ticaret dünyasının anahtar kelimelerinden oluşan portrelerini yaptırıldı. Instagram'da bu portrelerini paylaşanlar DHL'in Anti Social Social Club iş birliğiyle ürettiği kapsül koleksiyondan ürünleri ve Gökhan Yavaş tasarımlı "Excellence" sweatshirt'ü kazanma fırsatı yakaladılar. Ayrıca dört gün boyunca moda dünyasının kalbinin attığı bu etkinliğin hikayesini dijital dünyada yaratıcı bir bakış açısıyla yeniden yazmak üzere



**Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, "Together" teması doğrultusunda günümüz moda endüstrisine alternatif bakış açıları sunan, modanın farklı alanlarına ışık tutan, ilham veren konuşmacılar ve çarpıcı panellerle daha da zenginleşti.**

son dönemde moda severlerin yakından takip ettiği moda illüstratörü Mustafa Soydan'ı DHL standında ağırladı.

Etkinliğin ana sponsorlarından Dyson, bu sene kuliste yerini alırken, tüm saç tasarımları Dyson Supersonic saç kurutma makinesi ile hazırlandı. Hızlı kurutma özelliği ve akıllı ısı teknolojisiyle saçın parlaklığını koruyan Dyson Supersonic, yeniden tasarlanan başlıklarıyla Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un kulisinde saç stilistlerinin en büyük yardımcısı oldu.

LENZING™ ECOVERO™ Viskon elyafının doğaya duyarlı olmasından yola çıkılarak hayata geçirilen "Doğanın Renkleri Kaybolmasın" kampanyası doğrultusunda, ünlü tasarımcı Mehtap Elaidi tarafından, "Mehtap Elaidi x LENZING™ ECOVERO™ Kapsül Koleksiyonu" hazırlandı. 10 Ekim Perşembe günü "the Seed"de düzenlenen prezantasyonda, Elaidi'nin tasarımları, "See now, Buy now" olarak, giysilerin yanındaki QR kod aracılığıyla satışa sunuldu. Koleksiyonun satışından elde edilen gelirin bir kısmı ÇEKÜL Vakfı'nın Eğitim Birimi olan Bilgi Ağacı'nın Ekim, Kasım, Aralık aylarında yürüteceği doğal ve kültürel miras eğitimlerine aktarıldı.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul, bu sezon altıncı defa Zorlu Performans Sanatları Merkezi ve Zorlu Center'ın ev sahipliğinde gerçekleşti. Etkinlik sponsorlarının tanıtım stantlarına ev sahipliği yapan ve misafirlerin alana girişlerini düzenleyen Zone alanı toplam 1.200 metrekare, basın mensuplarının rahatça çalışabilmesi için düzenlenen "Press Lounge" alanı ise toplam 300 metrekare büyüklüğündeydi.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul resmi Saç Tasarım Sponsoru L'Oréal Professionnel, 100'ü aşkın kuaförüyle toplam 24 defilenin saç uygulamasını gerçekleştirdi.

**39**  
Tasarımcı

**26**  
Defile

**22**  
Konuşmacı

**10**  
Sergi ve seminer

**112**  
Fotoğrafçı

**100**  
Basın mensubu

**19**  
Yabancı basın

**33**  
Alım heyeti

**5.000**  
Kişilik ekip

**180**  
Manken

**18.000**  
Ziyaretçi

**14.000**  
İzleyici



gazetelerinde yayınlamak, toplamda 20 binin üzerinde okuyucuya ulaştı.

MBFWI kapsamında, 1000 metrekarelik alanda kurulan, 672 kişi kapasiteli, 28 metre uzunluğundaki Runway alanında 12 defile ve 1 seminer gerçekleştirildi. 300 metrekarelik alana sahip, 400 kişi kapasiteli Studio alanı ise toplam 10 mini defileye ev sahipliği yaptı. Ayrıca moda haftası kapsamında 5 offsite defile yapıldı.

Etkinlik alanı 300 kişilik bir prodüksiyon ekibi tarafından yönetilirken, hafta boyunca yaklaşık 5 bin kişilik bir ekip, farklı görevlerde yer alarak kusursuz bir moda haftası için çalıştı.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında hafta boyunca tasarımcılar ve tasarım markaları, ilkbahar/Yaz 2020 hem koleksiyonlarını sundular hem de The Core İstanbul çatısı altında satış odaklı buluşmalar gerçekleştirdiler. Her gün ortalama 5 bin ziyaretçi olmak üzere hafta boyunca toplam 20 binden fazla ziyaretçi defile ve sunumları takip etti.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonu ile düzenlenen MBFWI; Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından desteklenmektedir.

MBFWI, Mercedes-Benz'in isim sponsorluğunun yanı sıra; AliExpress, DHL, Dyson, Lenzing™ Ecovero™'nun resmi sponsorluğunda; Zorlu Center ve Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nin desteğiyle ve tedarikçi sponsorlar Brand Who, Damla, Llook, L'Oréal Professionnel ve M.A.C Cosmetics'in katkılarıyla gerçekleştirmektedir.

Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul resmi tedarikçilerinden M.A.C Cosmetics, 27 makyaj sanatçısı ile toplam 19 defilenin makyaj uygulamasını üstlendi. Hafta boyunca modellere yüzlerce ürün uygulandı.

Etkinlik boyunca katılımcılara, 5 bin kutu Red Bull ile hazırlanan özel tarifli kokteyller ikram edildi. Gün boyunca The Zone alanında gerçekleşen DJ performansları da katılımcılara keyifli anlar yaşattı.

Bu sezon yedinci defa günlük MBFWI gazetesi "Alem MBFWI"yi hazırlayan Alem ekibi, hafta boyunca tasarımcılarla röportajları, moda haberlerini ve etkinlikten en güncel bilgileri



# THE CORE ISTANBUL, TÜRK TASARIMCILARI VE MARKALARI BULUŞTURDU

**Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un İlkbahar/Yaz 2020 sezonu ile eş zamanlı ve aynı mekânda gerçekleşen The Core İstanbul, moda haftasının satışa yönelik boyutunu oluşturmasının yanı sıra, beş yıldır yerli ve yabancı satın alma sorumlularını, genç moda girişimcilerini ve moda basın mensuplarını tek bir çatı altında buluşturmaya devam ediyor.**

**M**ercedes-Benz Fashion Week İstanbul ile eş zamanlı ve aynı mekânda gerçekleşen, beş yıldır yerli ve yabancı satın alma sorumlularını, genç moda girişimcilerini, moda basın mensuplarını bir çatı altında buluşturan ve yeni iş birliklerine zemin hazırlayan The Core İstanbul, bu sezon 10-11 Ekim tarihleri arasında misafirlerini ağırladı.

Etkinlik kapsamında, İstanbul alanında modayı farklı boyutlarıyla ele alan sekiz panel düzenlendi. 20'nin üzerinde köklü ve gelişmekte olan tasarımcının yanı sıra 10'a yakın tasarım markasının katılımıyla moda endüstrisine güncel ve yaratıcı çözümler sunan The Core İstanbul, bu sezon "Meet the Talents" alanında 30'a yakın genç ve yetenekli Türk tasarımcının hazırladığı, sınırlı sayıda tasarımı da sektör profesyonelleri ile buluşturdu. Londra, Milano, Varşova, Riyad ve Madrid gibi farklı şehirlerden Harvey Nichols Riyad, Studio Zeta ve Rainbowwawe gibi dünya çapında prestijli mağaza ve showroom'ları temsilen gelen uluslararası satın alma sorumluları, iki gün boyunca Türk marka ve tasarımcılarla tanışma fırsatı buldular.



## MUSTAFA GÜLTEPE "THE CORE ISTANBUL DÖRT DÖRTLÜK EYLEM PLANI AÇISINDAN ÇOK ÖNEMLİ"

The Core İstanbul, MBFWI organizasyonunu üstlenen İHKİB'in "Dört Dörtlük Eylem Planı" doğrultusunda tasarım odaklı ihracatı artıma hedefinde önemli bir yer tutuyor. İHKİB 17,6 milyar dolar olan sektör ihracatını, hazır giyim sektörünün modaya evrilmesiyle birkaç katına çıkarmayı hedefliyor. Bu sebeple de MBFWI'nın altyapısını güçlendirmeye çalışıyor.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, yaptığı açıklamada etkinliğin önemine vurgu yaparak, "The Core İstanbul, İHKİB olarak hayata geçirdiğimiz Vizyon Belgesi çerçevesindeki Dört Dörtlük Çalışma Programı açısından bizim için oldukça önemli bir etkinlik. Bir hazır giyim ürününün ortalama 20 dolar/kg olan birim fiyatı marka etkisiyle üç katına, özel tasarım olması durumunda beş katına çıkabiliyor. Bu da tasarım, moda ve markanın çarpan etkisiyle ihracatın geometrik artışını sağlıyor. Yüksek katma değerli tasarımcı ürünlerinin ihracattaki payını artırmayı öngören bu plan doğrultusunda, The Core İstanbul ile hem marka ve tasarımcıları satın alma sorumluları ile buluşturuyoruz hem de marka ve tasarımcılar arasında farklı iş birliği modellerini artırmayı hedefliyoruz" dedi.

## GÜNEŞ GÜNER "THE CORE ISTANBUL KULUÇKA MERKEZİ OLMAYI HEDEFLİYOR"

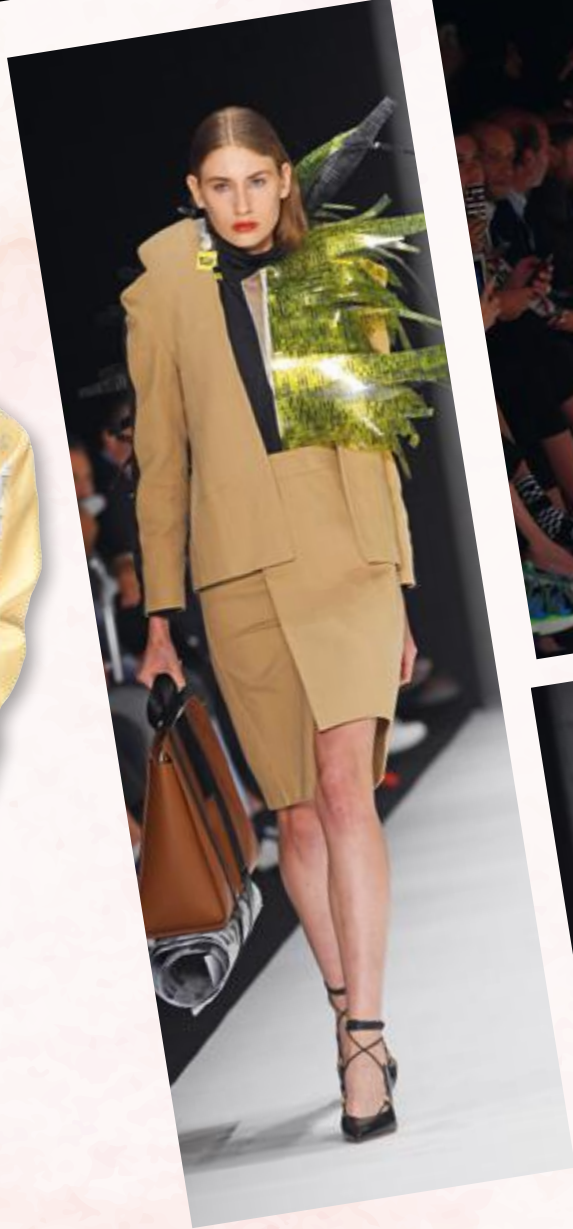
Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul Kreatif Direktörü Güneş Güner de The Core İstanbul ile ilgili olarak, "Defilelerde koleksiyonlarını gösterme imkanına sahip tasarımcı ve markaların yanı sıra genç moda girişimcileri de bu alanda farklı koleksiyon parçalarını sergileme ve değerlendirme imkanı buldular. The Core İstanbul, gelecekte yeni iş birlikleri için de bir kuluçka merkezi olmayı hedefliyor. 20'nin üzerinde köklü ve gelişmekte olan tasarımcının yanı sıra 10'a yakın tasarım markasının katılımıyla moda endüstrisine farklı tasarımsal çözümler sunan bu yaratıcı platforma, bu sezon farklı bir deneyim de eklendi. "Meet the Talents" alanında genç Türk tasarımcılarının hazırladıkları limitli parçalar oldukça ilgi çaktı" sözleriyle düşüncelerini dile getirdi.

## MARKA VE TASARIMCILAR BİR ARADA

The Core İstanbul kapsamında ilkbahar/yaz 2020 koleksiyonlarını sergileyen marka ve tasarımcılar arasında bu sezon Anais&Margaux Paris, Can Oker, Ceren Ocak, Eclectic Concept, Exquise, Filiarmi, IP217, Jaquette, Join Us, Karma Blue Bleu, Kith & Kin, Lug von Siga, Mert Erkan, Futuristiklover & Mehmet Emiroğlu, Mehmet Korkmaz, Mehtap Elaidi, Meltem Özbek, Miin by Kadir Kılıç, Muun, Natalie Kolyozyan, Özlem Erkan, The Royal Gang, Y Plus by Yakup Biçer, ZELL ve Zeynep Erdoğan yer aldı.

# MERCEDES-BENZ FASHION WEEK'İN YÜKSEK ENERJİSİ

## NEW GEN



AYÇA CANAN



NATALIA KIRKMAZ



Her yıl, moda dünyasının uzman isimlerinden oluşan jüri değerlendirmesi sonucu seçilen İstanbul Moda Akademisi'nin genç yetenekleri, New Gen by İMA defilesi ile Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul takviminde kendine yer buldu.

**M**ercedes-Benz Fashion Week İstanbul'un 14. sezon takviminde moda endüstrisinin tecrübeli isimlerinin yanı sıra, yetenekli genç tasarımcılar da geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi bu yıl da yerli yabancı basında ve moda camiasında büyük dikkat çekti.

Moda alanında kariyerine devam etmek isteyen gençlere motivasyon sağlayan New Gen Defilesi, moda ekosisteminin parlak ve tutkulu tarafını da göstermiş oluyor. MBFWI, genç yeteneklere sunduğu bu platformla, yaratıcılığı destekleyen metodolojisini ortaya koymanın yanında modanın geleceği için de yeni bir sahne açıyor.

Her yıl büyük bir dikkatle takip edilen New Gen kapsamında bu sezon ilk defa "Pioneering Designers" seçkisi ile genç ve yetenekli tasarımcılar, karma defileler ile koleksiyonlarını sundular. Pioneering Designers I'de Futuristiklover, Mehmet Emiroğlu, Şebnur Günay, Pioneering Designers I'de ise Emre Pakel ve Seydullah Yılmaz İlkbahar/Yaz 2020 koleksiyonlarını MBFWI podyumuna taşıdı.

Her sezon desteklediği tasarımcının defilesini sunan etkinlik isim sponsoru Mercedes-Benz Türk, bu sezonda Türk moda sektörünün parlayan isimlerinden Kadir Kılıç'ın İlkbahar/Yaz 2020 koleksiyonunu "Mercedes-Benz Presents Miin by Kadir Kılıç" ismiyle sundu.



## 10 YILDA DÜNYA MODA SAHNESİNE TAŞINAN BİR BAŞARI

### MBFWI

**K**ültürel değerleri ve üretim gücüyle, tekstil sisteminde dünyanın önde gelen şehirlerinden olan İstanbul'un gerçek anlamda bir moda haftasına sahip olması 2005 yılında "İstanbul Moda Haftası"nın hayata geçirilmesi ile başladı. Tasarımı artı bir değere dönüştürmek, yeni yollar açmak, endüstri-tasarımcı-tüketici üçgeninde yeni bir değer zinciri oluşturmak ve en önemlisi İstanbul'u moda ekosisteminde hak ettiği yere taşımak amacıyla yola çıkan İstanbul Moda Haftası, bu doğrultuda 2009 yılında büyük bir değişim evresine girdi. Ve uluslararası anlamda önemli moda haftalarına organizatörlük ve sponsorluk desteği veren IMG firmasının iş birliği ve Mercedes-Benz isim sponsorluğu ile Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul oluştu.

Aradan sadece 10 sene geçmiş olmasına rağmen, kökleri 50 sene öncesine dayanan New York, Milano, Paris gibi dünyanın önde gelen moda haftaları ile aynı kalite, esneklik, standart şovda ilerleyen Mercedes-Benz Fashion Week

İstanbul; dünya modasının yakından takip ettiği bir platforma dönüştü. Bunun yanında önde gelen, yeni, yenilikçi Türk tasarımcılara yer vermesi ve İstanbul'un konumu itibarıyla yarattığı çekim gücüylese rakiplerinden ayrışıyor. Küresel yapısının içinde lokal bir çerçevede kalması en dikkat çeken tarafı oldu.

MBFWI, Türkiye moda ekosisteminde standartları belirlemesi, Türk tasarımcılara global sahnede yer açması, genç tasarımcılara yol gösterici olması açısından, Türkiye modası için yeni bir çerçeve çizdi. Bunun da ötesinde modanın ticaretten ayrılmayacağı gerçeğini modanın tüm aktörlerine gösterdi. Ekonomi ve moda endüstrisine katkısı, istihdam yaratması, modayı sayfalardan taşıyıp izlenebilir bir yapıya dönüştürdü.

Genç tasarımcılara moda sektörüne kazandırmak ve endüstriye rehber ve kazanç kapısı olmasının yanında MBFWI, İstanbul ve Türkiye'nin de tanıtımına yadsınamayacak oranda destek sunuyor. Her sezonda binlerce ziyaretçiyi, satın almacıyı ve moda



editörünü şehre çeken organizasyon, İstanbul'un dünyanın en büyük beş moda şehriden biri olması hedefinde de en önemli oyuncu konumunda.

İstanbul Moda Haftası'ndan Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'a dönüşen moda yolculuğunda ilk günden itibaren özel sektör ile hazır giyim ve konfeksiyon birlikleri tarafından destek gördü. Aslında bu kısım, MBFWI'nın zayıf kaldığı tek tarafı, ama kendisinin elinde olmayan bir durumdan dolayı. Bugün dünyanın önde gelen hemen tüm moda haftalarını güçlü kılan taraflarından biri, özel sektörün ve STK'ların yanında kamu kuruluşları ve devlet tarafından destekleniyor olması. Dünyanın en büyük ikinci sektörü konumunda bulunan modanın ekonomik anlamda elinde tuttuğu gücün yarattığı öngörülebilirlik, ticaretin tüm paydaşları tarafından beslenmesini sağlıyor.

Dünyada 50'den fazla moda organizasyonunu destekleyen Mercedes-Benz'in İstanbul Moda Haftası ile ortaklığının, endüstri tarafından destekleniyor olması, MBFWI'nın global moda takvimindeki yeri ve sürdürülebilirliği açısından son derece önemli ancak bunun daha öteye taşınması için kamunun da sisteme dahil olması yeni bir güç taşı demek. Türk modasının artı değerini dünyaya duyurmak ve yeni ekonomik değerler yaratmak adına da büyük önem arz ediyor.

11. senesinde, MBFWI'nın yeni ve güçlü bir döneme geçiş yapması için kamu-özel sektör desteğini arkasına sağlam şekilde alması gerekiyor.





# Mercedes-Benz FashionWeek

## ISTANBUL

