

# GLOBAL CONNEC TION

INTERNATIONAL MEDIA

« L'ÂGE D'OR DES  
ÉCHANGES DE  
MODE AVEC LA  
FRANCE VIENT  
TOUT JUSTE DE  
DÉBUTER »

Selon Hikmet Tanrıverdi, président d'IHKIB (Association des Exportateurs de Prêt-à-porter d'Istanbul), nous ne sommes qu'au début du développement de la mode turque en France.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

## CRÉATEURS FLAMBOYANTS

Avec « Istanbul Fashion Incube », l'équipe de rêve qui constitue l'avenir de la mode turque a d'ores et déjà commencé à se faire remarquer au niveau international.

## 7 RAISONS POUR AIMER DICE KAYEK

Voici les petits secrets de l'univers de Dice Kayek qui a présenté sa collection dénommée « Dollhouse », très appréciée au Palais de Tokyo lors de la Semaine de la Couture à Paris...

# NE VOUS DÉTOURNEZ PAS DE CE LABEL

Les produits de prêt-à-porter turc, malgré une concurrence intense qui prévaut sur le marché Européen, demeurent incontournables. En France, l'étiquette « Made in Turkey » rappelle la qualité de production et de conception ainsi que les principes d'éthique.





Hikmet Tanrıverdi affirme que le pont de la mode entre les deux pays sera de plus en plus utilisé.

## « L'ÂGE D'OR DES ÉCHANGES DE MODE AVEC LA FRANCE VIENT TOUT JUSTE DE DÉBUTER »

Selon Hikmet Tanrıverdi, président d'IHKIB (Association des Exportateurs de Prêt-à-porter d'Istanbul), nous ne sommes qu'au début du développement de la mode turque en France. Le lien entre les deux pays dans ce domaine va devenir de plus en plus solide.

### HANDAN AÇAN

La mode est née en France. Les consommateurs français sont donc très éduqués sur la question, et ils savent exactement ce qu'ils veulent. Une marque turque comme Dice Kayek a fait ses preuves en France, et pour les jeunes talents Turcs dans les secteurs du prêt à porter et de la confection, c'est aussi un point de passage obligé pour leur développement futur. Les consommateurs français n'achètent qu'après avoir examiné en détail tous les points de la création à la production, depuis les matériaux utilisées jusqu'aux aux principes de responsabilité sociale. Ils vont pouvoir examiner de plus en plus les productions des marques turques, car Hikmet Tanrıverdi, affirme que le pont de la mode entre les deux pays sera de plus en plus utilisé.

**L'année dernière la Turquie a participé au salon « Who's Next » comme invité d'honneur. Quelle est votre position en France en tant qu'exportateurs de prêt-à-porter et de la confection ?**

Pour nous, le marché français est très important : en effet, la France est le pays par excellence de la mode, qui occupe une part importante dans nos exportations de prêt-à-porter et de confection. En 2014 celle-ci était de 6%. Le volume total des exportations vers la France a dépassé les 1,1 milliards de dollars en 2014. Par ailleurs la France a un potentiel de marché en prêt-à-porter de plus de 24 milliards de dollars pour l'année 2013, et les prévisions pour 2014 font état d'un potentiel qui dépassera les 25 milliards de dollars.

Donc il s'agit de l'un des marchés les plus importants en Europe. Cela nous offre de belles opportunités.

**Comme la ville la plus importante de la mode est Paris, les consommateurs français sont très avertis sur le sujet. Qu'est-ce que les consommateurs français attendent des marques turques ?**

Pour les consommateurs français, le style, le prix, la qualité, la marque et la mode sont des éléments importants dans leurs décisions d'achat. Le consommateur français connaît la mode et il fait ses achats de façon réfléchie. Il examine attentivement les matériaux utilisés pour la fabrication du produit qu'il va acheter, il se renseigne sur la main d'œuvre utilisée dans la fabrication, et sur ses conditions de travail. C'est selon ces critères qu'il prend une décision d'achat, y compris pour les marques turques. Durant ces dernières années, celles-ci ont progressé sur ces points, ce qui suscite l'intérêt des consommateurs français.

**Pourriez-vous nous parler des répercussions que vos projets de mode et de création ont sur l'arène internationale ?**

Dans le secteur du prêt-à-porter et de la confection, nous menons des activités concentrées sur la création, les tendances et la communication ; nous, les acteurs turcs de ce secteur, nous avons fait des progrès pour pouvoir atteindre le niveau des pays qui sont les acteurs internationaux dans ce domaine. Grâce à notre compétitivité, nous avons pu nous faire remarquer dans les domaines de la mode et de la création, au niveau international. En même temps, nous avons offert des possibilités de création de « showrooms », et de centres d'entrepreneuriat de la mode : nous avons

ainsi pu construire des relations entre les acheteurs internationaux et le secteur de la création et de la mode en Turquie.

**Que pouvez-vous dire sur le niveau actuel de l'industrie de la mode en Turquie ?**

En Turquie, le secteur du prêt-à-porter se développe de plus en plus depuis les années 1980, aussi bien du point de vue des capacités de production que du niveau de formation des employés. Durant toutes ces années nous nous sommes plutôt dirigés vers la fabrication de produits à haute valeur ajoutée, et nous pouvons désormais concurrencer les géants du marché mon-

**PARTOUT DANS LE MONDE, LE LABEL « MADE IN TURKEY » EST PERÇU DE MANIÈRE TRÈS POSITIVE.**

dial. Avec les concours organisés pour les créateurs, l'alliance des exportateurs et les associations sectorielles renforcent l'infrastructure de création du prêt-à-porter, et contribuent ainsi au développement de l'industrie de la mode en Turquie.

Par ailleurs, l'IMA (Académie de la Mode d'Istanbul), fondée notamment dans le cadre du « Projet de Groupes d'Affaires de la Mode et du textile » soutenu par L'Union Européenne, et d'autres écoles de la mode, travaillent pour former une main d'œuvre innovatrice, avec un sens artistique développé, qui connaît les marchés internationaux, et puisse prendre en main l'avenir du secteur. L'industrie turque de la mode compte parmi les principaux acteurs du monde, dans tous les domaines : production, création, vente au détail, international. C'est pourquoi, la « Semaine de la Mode d'Istanbul » suscite un grand intérêt, positionnant Istanbul parmi les cinq plus grandes villes de mode du monde.

**Le textile et le prêt-à-porter turcs sont également conscients de leurs responsabilités sociales, respectant les valeurs de l'éthique, la protection des droits des travailleurs, attentifs à la protection de l'environnement. Ces points sont mis en valeur avec le logo Made in Turkey. Que voulez-vous dire à ce propos ?**

Depuis de longues années, les fabricants et les exportateurs turcs de prêt-à-porter et de confection tiennent compte des sensibilités des acheteurs et des consommateurs finaux européens pour la responsabilité sociale, l'éthique, la santé et l'environnement, les conditions de travail et les droits des travailleurs. Ceci est un réel avantage pour notre secteur. Dans les dernières années, plusieurs fabricants et exportateurs ont mené des projets de responsabilité sociale des entreprises. Ils se sont conformés aux normes environnementales ISO 14000, et aux normes de responsabilité sociale SA 8000, en enregistrant des résultats très positifs. Nous sommes très fiers de dire que partout dans le monde, le label « Made in Turkey » est perçu de manière très positive, et les produits de prêt à porter venant de Turquie ont une bonne réputation de qualité, ce qui est un avantage concurrentiel. \*



Les créations des couturiers turcs peuvent désormais se retrouver dans des points de vente à Vienne, à New York, à Londres, à Paris et à Tokyo.

## Istanbul sur le Point de Devenir le 5<sup>e</sup> Centre Mondial de la Mode

Alors que les géants de la mode continuent à acheter leurs tissus en Turquie, les créateurs de mode turcs ont commencé à conquérir l'Europe et les États-Unis. La Semaine de la Mode d'Istanbul continue à présenter de jeunes créateurs qui recherchent leur identité propre.

La Turquie est un pays jeune à 41%. Pour cette raison, c'est aussi un pays dynamique...

Dans les dernières années, les crises économiques ont épargné la Turquie et c'est aussi un pays vers lequel se dirigent les géants du monde de la mode pour l'achat de textile et de services. La Turquie exporte non seulement des tissus mais également du savoir-faire. Les créations des couturiers turcs qui ont atteint une certaine reconnaissance dans les centres de la mode peuvent désormais se retrouver dans des points de vente à Vienne, à New York, à Londres, à Paris et à Tokyo. Ces créateurs de mode qui ont fait leurs preuves continuent à travailler dans les villes dans lesquelles ils ont été formés. Ils prennent la suite de leurs prédécesseurs qui ont déjà fait leurs preuves sur le marché. Les écoles dans lesquelles ces jeunes ont suivi leurs études ont été créées très récemment en Turquie : la première génération de leurs diplômés est maintenant en stage dans les maisons de couture établies, aux côtés de créateurs connus.

D'ici quelques années, ceux qui sont dans le secteur vont cueillir les fruits de ces investissements et de ces efforts. Ces jeunes créateurs de mode qui débutent, et qui recherchent leur identité propre, vont bientôt fonder leur propre marque, ou bien être découverts par les grandes maisons de couture européenne ou américaine.

### Semaine de la Mode d'Istanbul

La semaine de la mode, appelée « Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul » présente tous les ans des dizaines de créateurs prometteurs. Cette organisation, soutenue par les maisons de couture et les professionnels de l'industrie textile aussi bien au niveau local qu'international, permet également le

travail en collaboration entre les jeunes créateurs de mode et les grandes chaînes de l'industrie textile.

### Va-T-Elle Devenir la Capitale ?

Istanbul est sans doute la capitale de la mode en Turquie. Cependant pourra-t-elle devenir la cinquième capitale mondiale de la mode après Paris, Londres, Milan et New York ? C'est bien l'objectif : tous les efforts sont déployés dans ce sens. Les concurrents sont nombreux. Cependant si Istanbul réussit à mettre en place une bonne stratégie, elle pourra largement devancer Madrid et Lisbonne !

### Du Traditionnel au Moderne

Les jeunes créateurs Turcs comprennent la mondialisation. Ils sont bien conscients que ce n'est pas en imitant les couturiers Européens, mais en modernisant et en mettant en valeur des caractéristiques propres à leur région, leur pays qu'ils pourront être remarqués et découverts. Presque tous révent déjà de défilés aux semaines de la mode à Paris, à Londres, à New York. Ils ont tous envie d'exister dans les capitales de la mode comme leurs créateurs modèles Hüseyin Çağlayan, Erdem Moralioglu, Dice Kayek, Arzu Kaprol, Atıl Kutoğlu.

### Créateurs de Renommée Internationale

Hakan Yıldırım, dont l'une des admiratrices est Carine Roitfeld, éditrice légendaire de Vogue, est un autre créateur turc de renommée internationale. Après avoir créé sa marque Hakaan, il a d'abord fait ses preuves à Londres, puis il est allé à Paris. Actuellement il est un des créateurs préférés des stars hollywoodiennes pour la cérémonie des Oscars et son tapis rouge. Hüseyin Çağlayan bien qu'il travaille actuellement sur des œuvres pluridisciplinaires, compte parmi les premiers noms connus de la mode. \*

Turkey is a dynamic market, with great potential for further economic development. The recent growth in production and exports can best be observed in the fashion, textile and ready-to-wear industries. Thus, the particular issue is produced in collaboration with the Istanbul Ready-Made Garment and Apparel Exporters' Association (IHKIB).



INTERNATIONAL MEDIA

**Chairman**  
Burhan Özkan  
**Publishing Director**  
Mehmet Aktop  
**General Coordinator**  
Onur Taysu  
**Director**  
Bernard Jahrmann  
**Editors**  
Handan Acan  
Nilgün Yılmaz  
Melih Uslu

**Contributors**  
Alex Akimoğlu  
Pinar Çelikel  
Seda Yılmaz  
Hasan Erdem  
Mesut Yasar Tufan  
**Designer**  
Arzu Kaya  
**Business Development Coordinator**  
Ismail Burhanoglu  
**Sales and Marketing Coordinator**  
Filiz Özkan

**Executive Assistant**  
Berna Güzelce  
**Data Management Specialists**  
Kurtuluş Öztürk, Anıl Gül  
**Representative in Middle East**  
Ozan Turan  
**Representative in Russia**  
Sergey Shevchenko  
**Assistant to the Representative in Russia**  
Evgenia Mursikaeva

Headquarter: Rue de la Mercerie 12 CH-1003 Lausanne, SWITZERLAND. TEL: +41 21 311 64 84  
Turkey Contact: Tekfen Tower Kat.8 Buyukdere Cad. No.209 4.Levent 34394 Istanbul, TURKEY. Tel: +90 212 371 84 44  
UAE Contact: Emirates Towers Level.41, Sheikh Zayed Road, PO Box 31303, Dubai, UAE. Tel: +971 4 313 28 21  
www.gcmmediagroup.com

Creatively cooperated with Day Dreamers Ltd.

\*\*All materials strictly copyright and all rights are reserved.

### RÉUNION D'INFORMATION À PARIS

IHKIB a organisé une présentation à Paris, avec les fabricants de prêt-à-porter et les créateurs de mode. Hikmet Tanrıverdi, président d'IHKIB a participé en personne à la manifestation qui a eu lieu entre les 9-12 février 2015. Les créateurs de mode turcs et les entreprises de prêt-à-porter ont ainsi organisé d'importants événements en France. Dans le cadre de ce rassemblement, une réunion de développement d'affaires et de prospective a été organisée et Hikmet Tanrıverdi y a prononcé un discours. Il a répondu aux questions de la presse française sur le secteur turc du prêt-à-porter. Par la suite, le président d'IHKIB a rencontré Jan Rividi, président honoraire de l'UFTH (Union Française du Textile et de l'Habillement, Importation-Exportation-Distribution), ils se sont entretenus sur le commerce franco-turc du prêt-à-porter qui est en pleine croissance. Les responsables de Lambert & Associates et de LVMH, l'administration du salon « Who's Next », le fondateur de l'entreprise 10 Lines Consulting et le PDG de MC2 Showroom ont également participé aux activités. Les discussions ont tourné autour de l'achat des créations et des produits de prêt-à-porter turcs.





Illustration: Cem Kizilug

# NE VOUS DÉTOURNEZ PAS DE CE LABEL

Les produits de prêt-à-porter turc, malgré une concurrence intense qui prévaut sur le marché Européen, demeurent incontournables. En France, l'étiquette « Made in Turkey » rappelle la qualité de production et de conception ainsi que les principes d'éthique.

NİLGÜN YILMAZ

**E**tre chic, élégant et doté d'un style a été de tout temps important pour un Français. Mais votre façon de vous habiller ne reflète pas seulement votre identité, cela met en évidence votre positionnement éthique. Il est plus important que jamais de porter des vêtements issus d'une production où les enfants ne sont pas exploités, respectueuse des valeurs éthiques, sensible aux conditions de santé et d'environnement et tout en étant de qualité. Il en effet de plus en plus difficile d'être un consommateur exigeant tout en respectant ses principes.

Chaque vêtement que vous portez lors d'une journée d'hiver a probablement été produit dans un autre pays; mais il faut examiner attentivement le revers de l'étiquette. Récemment, sur les étiquettes de certains produits vendus dans

des magasins, il a été possible de lire des messages des ouvriers, qui sont forcés à travailler dans de mauvaises conditions et qui n'ont pas la possibilité de faire entendre leur voix. Des appels comme « Sauvez-nous », « Soyez conscient de ce que vous portez » ont pu être détectés... La plupart de ces messages provenaient de l'Extrême-Orient. Mais heureusement, cela ne concerne pas tous les pays producteurs.

## À la fois chic et fiable

Depuis longtemps la Turquie est l'un des fournisseurs les plus importants du marché de l'habillement européen. Les quantités produites sont appelées à croître. La Turquie dispose en matière de prêt-à-porter d'une expérience et d'un savoir-faire historiques. L'industrie de l'habillement s'y est développée assez tôt et la production a toujours été faite avec un haut standard de qualité. Les matériaux utilisés, l'organisation industrielle, le savoir-faire de la main-d'œuvre et les conditions de production sont meilleurs comparé aux

## LA TURQUIE DISPOSE EN MATIÈRE DE PRÊT-À-PORTER D'UNE EXPÉRIENCE ET D'UN SAVOIR-FAIRE HISTORIQUES.

pays concurrents. En Turquie les conditions de travail sont clairement définies par la loi et sont en grande partie en harmonie avec les critères de l'UE. Le salaire minimum correspond aux conditions économiques du pays. Il est strictement interdit de faire travailler des enfants et d'utiliser des produits chimiques nocifs. De plus, en matière d'environnement les producteurs turcs sont très actifs. Ainsi, de nombreux usines ont déjà intégré les principes de la durabilité et d'autres se joignent au mouvement.

## Le style « Alla Turca »

Les producteurs de prêt-à-porter turcs créent leurs propres marques et collections;

ils ouvrent aux quatre coins du monde leurs propres magasins. Istanbul est parmi les métropoles les plus importantes en ce qui concerne la mode; dans les quartiers de Karaköy, Cihangir, Bebek, Nişantaşı on retrouve des dizaines de boutiques de créateurs et chaque année des milliers de touristes y achètent des pièces originales. Les créateurs turcs qui mélangent les cultures et les mystères de l'Orient avec le style Occidental, apportent une touche personnalisée à la mode.

## L'un des plus importants fournisseurs

La Turquie, grâce à sa position dominante dans la production et l'exportation et à sa compétitivité, a augmenté de 8 pourcent les exportations de prêt-à-porter en 2014. Ainsi, elle est le 7ème exportateur et sa part de marché mondial est de 3,5%. Parmi les 28 pays membres de l'UE la Turquie se place au troisième rang en tant que fournisseur. La France est actuellement l'un des plus importants marchés pour la Turquie. Comme c'était le cas l'année dernière, et quasiment tous les ans, la France fait partie des cinq premiers pays importateurs de prêt-à-porter d'origine Turque.

Dans les pays membres de l'Union Européenne, le secteur Français du prêt-à-porter vendu au détail arrive au troisième rang après l'Allemagne et l'Angleterre. En fin 2013, les importations Françaises se montaient à 668 milliards de dollars dont 24,17 milliards de dollars de prêt-à-porter. L'exportation en prêt-à-porter de la Turquie vers la France en fin 2014 était de 1,12 milliards de dollar. Ainsi la Turquie dispose d'une part de marché de 4,6% en France. \*



## FLEXIBLE ET RAPIDE

Une autre caractéristique de la Turquie est le fait qu'elle puisse s'adapter au monde actuel où tout change très vite. Une commande reçue de l'Europe est produite rapidement pour une livraison sans délai. Et ceci n'est pas dû à la proximité géographique, mais plutôt aux relations entre acheteurs et producteurs turcs qui sont profondes et solides. Il est ainsi possible non seulement de répondre aux demandes sans délai, mais aussi de réagir, face aux problèmes, de manière rapide et efficace. Ainsi, la Turquie est bien en avance par rapport à ses concurrents en matière de flexibilité, qui est l'un des paramètres les plus importants de l'économie actuelle.

# UNE SIGNATURE TURQUE POUR DES PRODUITS BIO

Le courant écologique qui est très présent sur le marché des produits alimentaires commence désormais à influencer le secteur de la mode. Dorénavant, nous pouvons apercevoir le label bio sur des vêtements. La Turquie, notamment, compte parmi ces créateurs des pionniers dans le secteur de l'habillement bio.

**L**a prise de conscience des problèmes environnementaux chez les consommateurs pousse ces derniers à rechercher ce qui est écologique et bio également dans les vêtements qu'ils achètent. La « mode écologique » utilisant des matières respectueuses de l'environnement tels que le coton bio, la fibre de bambou, le soja reste un secteur nouveau qui prend en compte à la fois les problèmes environnementaux ainsi que la santé des consommateurs et des ouvriers contribuant à la fabrication de ces produits.

cent avait été mis sur la mode écologique en Turquie. Il convient également de préciser que la Turquie a été le premier pays à produire du coton bio et qu'elle reste un des leaders mondiaux dans ce domaine. Les universités de Turquie font également de nombreuses recherches sur les vêtements bio. Par exemple l'Université de Gaziantep située au sud-est du pays, a fabriqué des vêtements en coton anti UV et de différentes couleurs. Les plus importantes marques de Turquie réservent une part



très importante de leur production aux collections à base de tissus bio, colorés avec de l'alizarine. En outre, les rayons bio dans les magasins de vêtements se multiplient. A noter que les marques turques sont déjà passées à la fabrication bio notamment pour les chemises, les pantalons et les t-shirts. A coté des produits de « fast-fashion », d'autres secteurs tels que ceux des tenues de yoga et de sport, des vêtements pour bébés tendent également vers le bio. \*

## Vêtements bio pour une vie durable

Nejla Güvenç qui est la première designer bio de Turquie utilise pour ses modèles des matières bios. En effet, tous ses produits peuvent être décrits comme étant respectueux de l'environnement aussi bien en phase de production et de consommation qu'en phase de destruction. En outre, Suzan Toplusoy, la directrice de création de Roman, une des marques de prêt-à-porter les plus connues pour les femmes en Turquie, a déclaré qu'avec la collection « Organic by Roman », l'ac-



## CRÉATRICE DE LA MARQUE 'NEJ'

La tendance bio qui est considérée comme un mode de vie, se répand de plus en plus dans le monde, y compris en Turquie. Et pour laisser aux générations futures un héritage environnemental viable, j'utilise des tissus biologiques. Les raisons pour utiliser les produits bio ne manquent pas. En effet, certaines matières non bio sont inconfortables pour le corps et peuvent se révéler nuisibles pour l'homme sans compter les effets néfastes sur la nature. Les tissus bio sont eux plus « éthiques » et respectueux de l'environnement du point de vue de la fabrication, et permettront de laisser aux prochaines générations un monde meilleur.

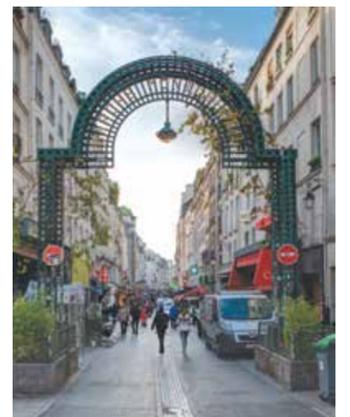
# Être Turc Dans le Sentier

Lorsque je suis arrivé à Paris, le Sentier était le centre de la mode ; il l'est beaucoup moins maintenant. Situé en plein cœur de la capitale, le Sentier, avec sa structure cosmopolite, a toujours été un quartier d'accueil pour les travailleurs et les employeurs turcs du textile.

HASAN ERDEM

**A**vec mes 4 frères, nous travaillions dans le textile à Istanbul. Dans les années 70 mes deux frères aînés sont partis vivre à Paris, parce que c'était le centre de la mode et une ville prometteuse. A la fin des années 70, avec mon troisième frère, nous avons ouvert un atelier de textile.

Puis ensemble, nous avons décidé de rejoindre nos deux frères à Paris qui était à l'époque un paradis pour le secteur du textile. Au début, tout était étranger pour moi, mais grâce à la présence de ma famille sur place, je me suis adapté sans difficulté. Le Sentier, qui est un centre de l'industrie textile situé en plein milieu de la ville, me rappelle Beyoğlu et Osmanbey, en plus luxueux, reste un quartier cosmopolite et ce depuis le 19ème siècle. Plusieurs grandes marques ont démarré leurs premiers magasins au Sentier. Ainsi, des marques comme Tara Jarmon et Sandro y ont vu le jour. Depuis les années 1980, j'ai pu observer de mes propres yeux la transformation du Sentier. Ainsi à partir des années 1990, les entreprises sur Internet ont commencé à s'installer. Puis plusieurs cafés et brasseries se sont ouverts attirant les bourgeois bohèmes. Après les années 2000, le Sentier n'était plus le quartier du textile, mais le « Silicon Sentier ». Les loyers ayant augmenté, les ateliers ont dû fermer les uns après les autres, et se sont installés dans les quartiers



périphériques de la ville. Certains ont même été délocalisés dans des pays à faible coût de main d'œuvre, comme la Chine par exemple. Et les magasins qui faisaient de la vente en gros ont également commencé à fermer, ou à changer d'activité. De nos jours on y vend des articles importés de la Chine. Ce ne sont plus des produits de qualité.

Nous sommes l'un des plus vieux ateliers du quartier et donc nous arrivons toujours à être sous-traitant pour de bonnes marques dont certaines sont nos clients depuis longtemps. Cependant ce n'est pas le cas pour d'autres ateliers. Et je ne sais pas jusqu'à quand va durer cette situation. Parce que ce n'est plus comme avant et avec la crise, les marges ont encore chuté. Et nous avons également de sérieuses difficultés à trouver des ouvriers qualifiés. \*



# L'AVENIR DE L'HABILLEMENT EST ICI

L'année dernière, 2 milliards de pièces de vêtements fabriqués en Turquie ont été vendus à travers le monde. De plus, ces produits turcs indiquent les tendances du futur non seulement par la création et la disponibilité, mais également par la qualité et les normes de fabrication.

**210**

En 2014 la Turquie a exporté du prêt-à-porter vers 210 pays. Ce qui veut dire que les produits prêt-à-porter turcs, ont trouvé des acheteurs dans presque tous les pays du monde.

**218,5 millions de dollars**

La part de la Turquie dans les exportations mondiales de lingerie et de vêtements de nuit est de 2%. C'est l'un des meilleurs fabricants dans ce domaine. C'est le huitième pays fournisseur de lingerie et de vêtements de nuit. Le montant des exportations de lingerie vers la France l'année dernière était de 218,5 millions de dollars.

**4%**

La part de la Turquie dans les exportations mondiales d'habillement femme, qui est la locomotive du secteur de prêt-à-porter, est de 4%. Le pays est ainsi le septième exportateur de prêt-à-porter féminin dans le monde.

**1,12 milliards de dollars**

Le montant des exportations de prêt-à-porter de la Turquie vers la France s'est élevé à 1,12 milliards de dollars l'année dernière. La France est le quatrième marché d'exportation de vêtements de la Turquie, avec 6% du total des exportations.

**2 milliards de pièces**

En 2014 2 milliards de pièces de vêtements fabriqués en Turquie ont été vendus à travers le monde.

**941 millions de dollars**

La Turquie est troisième au monde en ce qui concerne les vêtements en tricot et pour l'année 2013, avec 941 millions de dollars d'exportation, elle représente 4% des exportations.

Malgré la crise économique qui perdure, l'année dernière les exportations de prêt-à-porter de la Turquie ont enregistré une croissance de 8%, correspondant à un montant de 18,7 milliards de dollars. Sa part de marché dans les exportations mondiales de prêt-à-porter est de 3,5% environ.

**8%**

**2.**

Le prêt-à-porter est le deuxième secteur exportateur en Turquie. De plus, c'est le septième pays fournisseur dans le monde, et le troisième pour les pays Européens.

**4<sup>ème</sup>**

La France est le quatrième marché d'exportation de vêtements de la Turquie, avec 6% du total des exportations.

**7<sup>e</sup>**

La Turquie est 7<sup>e</sup> dans les exportations mondiales d'habillement homme. Sa dans les exportations mondiales d'habillement homme est de 3%.

## Une Connection Entre les Modes Vieille de Trois Siècles, de Paris à Istanbul

Les relations commerciales, politiques et culturelles entre l'Empire ottoman et la France ont une longue histoire. Pendant que les écrits et les dessins des voyageurs et peintres sur les terres ottomanes nourrissent la curiosité et l'intérêt des Européens, les Ottomans se sont tournés progressivement vers la civilisation occidentale.

ALEX AKİMOĞLU

Il y a quelques années j'avais participé à un travail d'archive qui avait pour objectif d'étudier les relations et les interactions entre la France et l'Empire Ottoman au 18<sup>ème</sup> et 19<sup>ème</sup> siècle. Il s'agissait d'un travail mené dans le cadre d'un projet d'exposition, resté inaccompli, et qui devait aboutir à une exposition au Musée Galliera à Paris. De nombreux documents d'archives ont été consultés dans le cadre de notre travail mené en collaboration avec le Palais de Topkapı et autres musées et institutions de Paris et d'Istanbul. Ceux qui m'ont le plus frappé, ce sont les bons de commande préparés par les couturiers français qui avaient visité le Harem Ottoman et sur lesquels apparaissent des morceaux de tissus accompagnés de notes de mesures et de métrage.

En France, analyser les vêtements et les cafetans datant de l'époque du courant de mode «Turquerie» m'a procuré aussi beaucoup plaisir. Suivant l'Accord de Karlowitz, les relations entre l'Empire otto-



man et l'Europe ont pris une nouvelle tournure et une période d'attente a commencé. Une curiosité mutuelle dépassant la simple concurrence politique est apparue. A partir du 18<sup>ème</sup> siècle les dirigeants ottomans ont mis en œuvre des réformes dans le domaine administratif, social et culturel. Cette ouverture a été le point de départ du désir d'occidentalisation des Ottomans.

En 1719, durant l'ère du Sultan Ahmet III (L'ère des Tulipes), suivant la décision inédite du Grand Vizir Ibrahim Pacha, en accord avec l'Ambassadeur de France Marquis de Bonnac, d'envoyer un ambassadeur en France, Mehmet Efendi s'est rendu à Paris à ce titre. Celui-ci, avec sa culture profonde et sa personnalité, a impressionné les Français et a permis d'ap-

porter une réelle dimension aux relations entre les deux pays.

### La mode de Turquie

La tendance à s'inspirer de l'art et de la culture turque, qui a débuté en Europe de l'Ouest et surtout en France au 16<sup>ème</sup> siècle, a atteint son point culminant au 18<sup>ème</sup> siècle. Les relations commerciales qui se sont développées, les souvenirs

contés par les ambassadeurs et les commerçants sur l'Empire ottoman une fois de retour dans leur pays d'origine, a donné naissance au courant appelé la «Turquerie». Le mystère du Harem et ce qui était écrit sur les femmes qui y vivaient, de manière quelque peu romancée, a renforcé ce nouveau courant. Lors des réceptions organisées dans les châteaux et palais, disposer des objets tels qu'un sofa, un divan ou de tapis turcs, s'habiller à l'Ottomane c'est-à-dire «alla turca» est devenu à la mode. Les tableaux de deux favorites du Roi Louis XV, Madame Pompadour et Madame du Barry, œuvres du peintre Charles Van Loo, dans lesquelles, les deux dames posaient habillées en femmes du Harem Ottoman, avec des allures de «Sultane Ottomane», ont attiré l'attention de l'Aristocratie Européenne et ont influencé des peintres de différents pays européens,

### LE COURANT DE TURQUERIE A ATTEINT SON POINT CULMINANT AU 18<sup>ÈME</sup> SIÈCLE.



en commençant par l'Angleterre. L'un des pionniers de la littérature romantique Alphonse de Lamartine, et par la suite Pierre Loti, se sont inspirés de leurs séjours à Istanbul dans nombreux de leurs œuvres et ils ont fait connaître la Turquie dans leur pays. Lors de sa dernière période, les démarches d'occidentalisation dans l'Empire ottoman se sont accrues. Apprendre la langue française, envoyer ses enfants en France pour leurs études ont montré un réel effort de constituer une génération francophone.

### Paris la capitale de l'art et de la mode

Au 18<sup>ème</sup> et au 19<sup>ème</sup> siècle, Paris, capitale de la modernité et de la mode, a eu

une influence sur le monde entier, et a aussi inspiré les Ottomans. Elle conserve encore aujourd'hui sa réputation de capitale de la mode et de la modernité.

Comme de nombreux penseurs et artistes des quatre coins du monde qui ont afflué à Paris pour trouver la liberté d'expression, je me suis aussi rendu en 1976 dans la capitale de la mode pour y recevoir un enseignement de couturier. Monsieur Pierre Cardin qui m'a offert ma première expérience professionnelle en tant créateur de mode m'a dit : « Vous êtes venu ici en laissant derrière vous la grande culture de l'Empire ottoman et la ville mythique d'Istanbul. Créez sans jamais oublier leurs valeurs, tout en pensant à Paris ». \*



# CRÉATEURS FLAMBOYANTS

Avec « Istanbul Fashion Incube », l'équipe de rêve qui constitue l'avenir de la mode turque a d'ores et déjà commencé à se faire remarquer au niveau international.

Certains ont travaillé avec Raf Simons. Pour d'autres leur mentor était Stefano Gabbana. D'autres encore ont eu le prix de « Vogue Talents Young Vision Award », et l'un d'entre eux est à la tête du département de création habillement homme d'une des marques importantes de Turquie. Un autre a d'abord été l'assistant du célèbre créateur turc Bora Aksu qui vit en Angleterre, puis a créé sa propre marque. Un troisième a eu ses créations exposées aux galeries La Fayette, à côté de grandes marques mondiales. Et ce n'est qu'une petite partie des personnes qui ont contribué à l'histoire de succès d'« Istanbul Fashion Incube », centre d'entrepreneuriat de la mode.

« Istanbul Fashion Incube » a été créé et appuyé par IHKIB (Association des Exportateurs de Prêt-à-porter d'Istanbul), qui joue un rôle clef dans l'industrie de la mode en Turquie. C'est également le premier centre d'entrepreneuriat pour la mode en Turquie. Il apporte un soutien professionnel aux créateurs qui démarrent leur propre marque, dans les domaines suivants : le développement de la stratégie de marque, la conception d'une collection, la communication de la marque et le marketing, la préparation aux salons internationaux et la

préparation de commandes, le développement d'un modèle d'affaires, et la gestion des processus d'affaires. Le centre offre aussi aux créateurs l'occasion de rencontrer les medias, et les acheteurs locaux et internationaux grâce à des manifestations telles que la semaine de la mode « Mercedes-Benz Fashion Week - Istanbul », le « Showroom The Core Istanbul », mais aussi « Tranoi Paris », « Who's Next », « Pitti Uomo ». Comme exemple de succès, on peut citer Hande Çokrak qui avec sa marque « Maid In Love », expose ses collections des trois dernières saisons à « Who's Next Paris », « Capsule New York », « Scoop London » et « Tranoi Paris », et a atteint 45 points de vente dans le monde. \*



## OÙ POUVEZ-VOUS VOIR CES CRÉATEURS EN MARS ?

Avec sa collection printemps-été dont le thème est « Don't K my J » (Don't kill my joy), Hande Çokrak est l'invitée de l'exposition annuelle organisée chaque année pour soutenir les jeunes talents. Les 6-9 Mars, d'éminents créateurs du monde entier participeront à « Tranoi Femme » qui aura lieu à Paris, Carrousel du Louvre ; vous pourrez également y voir les collections automne-hiver 15-16 des créateurs de « Istanbul Fashion Incube ».



La qualité de l'enseignement à l'IMA (Académie de Mode d'Istanbul) est d'un niveau élevé.

## L'ÉCOLE DES PROFESSIONNELS DE LA MODE

L'IMA (Académie de Mode d'Istanbul) forme les jeunes créateurs qui vont contribuer à la force des secteurs de la mode et du prêt-à-porter en Turquie.

D'aujourd'hui, même ceux qui ne s'intéressent pas de près à la mode connaissent les écoles dont sont diplômés les plus grands couturiers. Car ces dernières développent chez leurs élèves des talents multiples qui leur permettent de s'exprimer au mieux, et notamment de la manière la plus créative : elles restent la base du succès de ces créateurs. En Turquie, il existe une école qui forme les professionnels de la mode d'aujourd'hui et de demain et donc l'avenir du secteur du prêt-à-porter : il s'agit de l'IMA (Académie de Mode d'Istanbul), une école créée par l'Union Européenne et l'IHKIB (Union des Exportateurs du Textile et de la Confection d'Istanbul) et dont l'enseignement est d'un niveau international. L'IMA a pour objectif de renforcer la maîtrise de la mode, de l'art et de la création par ses étudiants et de développer leurs connaissances visuelles et intellectuelles. Dans ce sens, l'établissement accueille dans son bâtiment historique se trouvant à Nişantaşı, quartier central de la mode, de nombreuses expositions, organisations artistiques et créatives, panels, et séminaires.

### THE CORE ISTANBUL

L'IMA qui a été l'initiateur de plusieurs organisations et événements tels que la Semaine de la Mode d'Istanbul, ou encore « Istanbul Fashion Incube », organise également un événement important, « The Core Istanbul ». Grâce à cet événement, les acheteurs locaux et internationaux et les créateurs se retrouvent deux fois par an. Avec ces organisations, The Core Istanbul a pour objectif d'offrir aux jeunes créateurs de mode l'occasion d'obtenir des revenus commerciaux.

qualité avec leur succès. Par exemple au Concours des Ecoles de Mode organisé depuis 2012 dans le cadre de « Who's Next », qui reste l'un des plus grands salons internationaux du prêt-à-porter dans le monde, un étudiant de l'IMA a eu un prix dans la catégorie Création. Par ailleurs, certaines des écoles les plus prestigieuses du monde participent à un projet de création appelé I-SKOOL, organisé par ISKO. Un créateur diplômé de l'IMA a récemment eu le premier prix du concours, avec un projet qui avait pour thème le « Recyclage » : ce dernier a ainsi pu faire un stage au « Creative Room » de l'ISKO en Italie. \*

### Collaborations internationales

Avec le projet appelé « Fashion Incube », l'Académie offre un débouché pour ses étudiants qui ont le potentiel de créer leur propre marque. Ces dernières années, les étudiants de l'IMA ont régulièrement fait la une de l'ac-

## CRÉATEURS SOUTENUS POUR LES ANNÉES 2014-2015



BURÇE BEKREK

Burçe Bekrek a fait ses études à Istituto Marangoni. Elle a alors travaillé avec des marques telles que Dsquared2 et Dolce&Gabbana.



ECE GÖZEN

En 2012, avec son projet de fin d'études, elle a eu le premier prix au « MUUSE x VOGUE Talents Young Vision Award » et a été nommée « Le Créateur le plus visionnaire ».



GIRAY SEPİN

Gıray Sepin a travaillé avec le célèbre couturier turc Ümit Ünal. En 2012 elle a réalisé les costumes des danseurs turcs pour la finale de l'Eurovision.



GÜLÇİN ÇENGEL

Après ses études à la « Chicago School of the Art Institute » elle a été l'assistante de Bora Aksu. Depuis plus d'une année elle travaille sur sa propre marque.



HANDE ÇOKRAK

Elle a fait ses études au « London College of Fashion », puis elle a créé sa marque « Maid In Love » qui est commercialisée dans 45 points de vente à travers le monde.



NIYAZI ERDOĞAN

Il a fait des études d'architecture. Il a créé « NEDESIGN Factory ». Depuis 10 saisons le créateur prépare des collections homme sous la marque Niyazi Erdoğan.



SELİM BAKLACI

Il est le premier de l'édition turque du show de Heidi Klum, « Project Runway ». Après cette compétition, il a organisé un défilé pour « Bridges to Fashion » à Rotterdam.



TUBA ERGİN

Elle a fait ses études à l'Art Institute of Chicago et créé sa propre marque commerciale TUBA ERGİN en 2013. Ses collections ont été publiées dans les pages de Vogue.



TOLGA TURAN

En 2013, il a démarré sa propre marque Chivit. Son style est centré sur la teinture indigo et s'inspire des fabrications traditionnelles et artisanales oubliées.



ZEYNEP DEVOOGHT

Après ses études à l'École des Beaux Arts de Vienne Zeynep Devooght a travaillé avec Raf Simons, directeur artistique de Christian Dior, et elle a créé sa marque Z.



## L'esprit d'Istanbul Inspire la Mode

La mode turque commence à envahir les garde-robes des femmes dans les grandes métropoles du monde. À la semaine de la mode d'Istanbul (« Mercedes-Benz Fashion Week »), nous allons pouvoir admirer en plus des défilés classiques automne/hiver 2016, le souffle particulier de la mode stambouliote. Prenez note de la date, les 16-21 mars 2015. Si vous êtes de ceux qui aiment suivre les défilés à travers les différentes manifestations de par le monde, notez ces dates dans vos agendas et organisez-vous pour y participer. L'émergence progressive des créateurs de mode turcs dans le monde a pour résultat un accroissement de l'intérêt porté à la Turquie et à Istanbul. Vous pourrez suivre la dernière édition de la semaine de la mode d'Istanbul à l'Antrepo 7. \*

## LA REPRÉSENTATION D'IHKIB AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'IAF

L'Association des Exportateurs de Prêt-à-porter d'Istanbul (IHKIB) est l'une des institutions les plus importantes en Turquie, en ce qui concerne le secteur de l'habillement. Les membres d'IHKIB réalisent les trois quarts du total des exportations de prêt-à-porter du pays, qui s'élèvent à 18,7 milliards de dollars en 2014. L'Association est pionnière dans la promotion des exportations d'habillement en Turquie avec de nombreuses initiatives : concours pour

les créateurs de mode, éducation et formation. L'Académie et la semaine de la Mode d'Istanbul sont ses activités les plus connues. L'IHKIB est également membre d'organisations internationales. À compter de Février 2015, l'Association est devenue membre du Conseil d'Administration de la Fédération Internationale de Vêtements (« International Apparel Federation - IAF ») et commence à y représenter l'industrie de l'habillement turc. \*





## 7 RAISONS POUR AIMER DICE KAYEK

Voici les petits secrets de l'univers de Dice Kayek qui a présenté sa collection dénommée « Dollhouse », très appréciée au Palais de Tokyo lors de la Semaine de la Couture à Paris...

### À PARTIR DE LA FRANCE ELLE CONQUIERT LE MONDE

Les sœurs Ayşe et Ece Ege ont créé leur marque à Paris en 1992. Ece Ege venait tout juste d'être diplômée d'Esmod Paris. Leur point de départ était celui d'une interprétation originale des chemises blanches. La même année elles ont présenté leur première collection de prêt-à-porter à Paris. La réaction que cette collection a suscitée a été très positive. En 1996 avec le soutien du groupe de mode Mitsui&Co basé à Tokyo, elles ont introduit Dice Kayek Pink Label au Japon. En 2002, elles ont participé à la Semaine de la Mode de Seoul. La même année Ece Ege est devenue la directrice artistique de la maison de mode japonaise Hanae Mori. Lors du Salon PAP organisé à Paris en 2003, elles ont obtenu le prix de la « Femme d'or ». En 2004, elles ont ouvert la chaîne de magasins dénommée Machka en Turquie.

### ELLE COUD AVEC TALENT

Participer à la Semaine de la Couture de Paris demande beaucoup d'effort car tout ce qui y est exposé est fait à la main. Pas de production en série. On peut comprendre mieux l'importance de la performance si on prend en considération le fait que les autres maisons de la mode qui défilent sont Chanel, Dior, Saint Laurent. Dice Kayek a mis beaucoup de travail dans chacune des 23 pièces qu'elle a exposées cette année. Les préparatifs ont duré 6 mois. Ainsi la création et le montage de la robe appelée Tetris a pris exactement trois mois. Pendant la phase de création de la collection, de nouvelles techniques telles que « deconstruct » et « reconstruct » ont été utilisées. C'est-à-dire que des pièces appartenant à deux concepts différents ont été déconstruites et ont été transformées en une troisième pièce nouvelle.

### ELLE SUIT L'INSPIRATION

Les sources d'inspiration de la collection Dollhouse présentée le mois dernier sont trois artistes contemporaines : Hans Bellmer, Louise Bourgeois et Anette Messager. Leur point commun est la réalisation de poupées. Ece Ege explique « qu'elles ont créé une maison de poupée moderne suivant l'inspiration du trio ». C'est une collection qui s'inspire de l'art moderne et nous offre quelque chose qui va au-delà de la couture classique : des formes modernes, des tissus innovants et une réalisation fine. Ce sont des robes où tous les détails sont passés en revue, exactement comme dans une maison de poupée.

### PINAR ÇELİKEL

#### ELLE UNIT DEUX CULTURES

Même si l'esprit de la marque Dice Kayek est turc, la silhouette des créations qui en ressortent est absolument française : les tissus volumineux, les formes ajustées à la silhouette. Elles conçoivent les grandes pièces avec un tel talent qu'une robe qui semble un déguisement sur un cintre, prend une toute autre vie sur le mannequin. En 2003, au Théâtre de Bobigny, elles avaient conçu les costumes d'une pièce de Gertrude Stein. L'année d'après elles ont habillée Uma Thurman pour le film Prime.



#### ELLE REUSSIT L'IMPOSSIBLE

Même si vous n'êtes pas invité aux semaines de la Mode de New-York, Paris, Londres, Milan, vous pouvez y obtenir une place en payant. Il est possible d'organiser un défilé en louant une salle, en appelant les acheteurs et les journalistes. Mais ceci n'est pas possible pendant la Semaine de la Couture de Paris. La Fédération Française de Prêt-à-porter et de la Haute Couture exige depuis deux années que seuls ceux qui font partie du calendrier officiel puissent organiser un défilé. Dice Kayek fait partie de ce programme officiel. Une grande réussite.

#### ELLE S'INSPIRE DE DIFFÉRENTES DISCIPLINES

L'année dernière, elles ont exposés lors de la Semaine de la Couture de Milan une collection préparée autour du marbre appelée « Nebula ». Le point de départ pour ces modèles était une structure en marbre. Le nom de l'exposition « Se laver à la lumière » leur rappelait les bains turcs. Ayşe Ege parle de cet œuvre : « nous l'avons conçu comme un bain spirituel et corporel et nous avons créé Nebula. C'est la première fois que nous utilisons du marbre dans une création. Même si cela n'est pas perceptible à partir de la texture du tissu que nous utilisons, ce tissu couvre une fondation très solide. Ce sens d'élégance propre aux statues que nous voulons recréer dans nos vêtements, se trouve dans la nature même du marbre ».

#### ELLE MÉRITE LES RÉCOMPENSES

La marque a obtenu le Jameel Prize décerné par le Musée Victoria&Albert de Londres, avec les créations « Saint Sophie », « la Coupole » et « le Cafetan » de la collection « Istanbul Contrast ». C'est un grand événement, car la marque Dice Kayek a été la première maison de mode qui a été honorée par une telle récompense. Les créations de la marque et les œuvres des autres finalistes ont été exposées dans le musée. Puis, elles ont été exposées dans différents musées du monde. En outre, le livre « Dice Kayek Istanbul Contrast » d'Elif Şafak, a connu les honneurs d'une présentation à Londres à « The Arts Club ».

## L'état pur du Foulard

Souriez, vous êtes sur le point d'entrer dans la maison de la marque turque Rumisu qui crée des foulards pas comme les autres, vendus en France, aux États-Unis et ailleurs. Allons faire un tour de cette maison riche d'histoire en compagnie de Pınar Yeğin et Deniz Yeğin İkişik, les deux créatrices de la marque.

### SEDA YILMAZ

Des extraterrestres qui tentent de prendre d'assaut un vaisseau spatial, des machos moustachus, le Comte Dracula et son amour éternel pour l'unicorne... Les idées de motifs ne manquent jamais chez Pınar Yeğin et Deniz Yeğin İkişik et ces dernières ne s'imposent aucune limite pour illustrer leurs carrés de soie. En 2011 Pınar et Deniz ont décidé de s'investir dans quelque chose qui leur tenait à cœur et se sont donc lancées dans la création de Rumisu.



Pınar Yeğin et Deniz Yeğin İkişik, les créatrices de la marque Rumisu.

#### Pourquoi avez-vous décidé d'utiliser le foulard en soie comme une toile?

Cela nous plaisait d'imaginer des foulards en soie ayant à la fois une connotation chic et classique grâce à nos illustrations candides. Nous avons pensé que cela pourrait donner un contraste ludique.

#### Comment définiriez-vous la marque Rumisu ?

Un peu folle, mais ayant une âme d'enfant, amoureuse d'histoire via l'art et l'illustration, et attachée à ses responsabilités sociales.

#### Quels sont les rôles de Pınar et de Deniz dans Rumisu ?

Il est difficile de distinguer les rôles. Nous faisons tout ensemble.

#### La vie personnelle des designers suscite la curiosité. Que se passe-t-il dans la vie des créatrices de Rumisu en dehors du travail ?

Deniz: Ce que je souhaite partager, je le fais à travers les histoires véhiculées par les motifs de Rumisu. Généralement chaque dessin est inspiré par

ce que je ressens, ce que je pense sur tel ou tel sujet.

Pınar: Ce qui m'inspire dans mon travail, c'est la recherche de soi avec l'intention de trouver qui je suis, et la volonté d'assumer.

#### Les crochets sur les bords des foulards sont réalisés dans le cadre d'un projet du sud-est de la Turquie ayant pour objectif de soutenir l'indépendance économique des femmes de la région. Comment s'est développé ce projet ?

Nous travaillons déjà en coopération avec ce projet et ce bien avant notre projet Rumisu. Nous avons souhaité continuer à travailler avec toutes ces femmes de grand talent rencontrées grâce à ce projet.

#### Avec Rumisu vous participez aux prestigieux salons de mode de Tranoï et de Pitti Uomo. Quelles sont les réactions ?

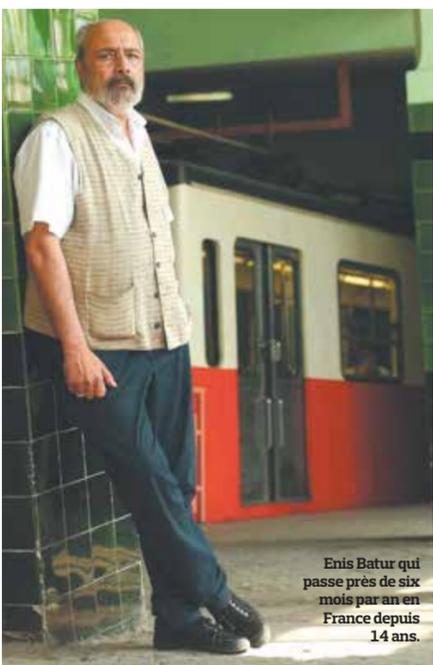
Le contexte de fabrication que ce soit pour les illustrations qui sont faites à la main ainsi que les caractères en crochet dont nous avons parlé précédemment a été très bien accueilli.

#### Selon vous quelles sont les femmes icones qui portent le mieux le foulard ?

Grace Kelly, Catherine Baba et Audrey Hepburn.

#### Enfin pour finir où peut-on acheter les foulards Rumisu ?

Vous pouvez trouver les foulards Rumisu à Paris et à St. Tropez, chez By Marie, à Monaco chez Cravaterie Nazionale. \*



Enis Batur qui passe près de six mois par an en France depuis 14 ans.

## UN PONT LITTÉRAIRE ENTRE LA TURQUIE ET LA FRANCE

Enis Batur, l'un des derniers représentants des intellectuels turcs qui ont été fortement influencés par la culture française, amène un nouveau souffle aux mondes culturels de ces deux pays : ainsi, « Istanbul des Djinn » qui a été publié en France, en coopération avec le maître de la photographie Ara Güler ; « Paris, ecektent » (Paris, ville reine), publié en Turquie.

### MELİH USLU

Enis Batur est l'une des plumes les plus typiques de la littérature turque moderne pendant la période post républicaine. L'écrivain qui s'est rendu à Paris pour la première fois en 1971, y a vécu pendant plus de quatre ans, puis s'est installé à Istanbul. En 1982 Batur commence à publier le magazine Çağdaş Kent (Ville Contemporaine), et il dirige les suppléments appelés « İstanbul'dan Göreme'ye Kültür Mirasımız » (Notre héritage culturel d'Istanbul à Göreme) pour le quotidien Milliyet. En 1987 il est à la tête de l'équipe qui publie le magazine Şehir (Ville). Après 1990 il s'est surtout dirigé vers des des-

criptions de villes. Ainsi ses textes sur Istanbul ont été publiés dans le collectif Istanbul d'Omnibus en France. A partir de 1995 il a commencé la rédaction d'un livre de voyage personnel. Son ouvrage appelé « Kesif » (La découverte) a été publié d'abord en turc, puis en français. Son essai de roman « Acı Bilgi » (Amer savoir), bâti sur les expériences de voyages introspectifs et qui a été publié un an après sa rédaction, a été tout récemment diffusé en France entraînant des réactions diverses. Ce livre a été suivi par « Şehren'is » qui traite de différentes villes européennes.

#### COMPRENDRE LA FRANCE

L'écrivain travaille actuellement sur « Korsika, Bretagne » (La Corse, La Bretagne) qui sera publié dans les mois à venir, et sur ses livres « Yüzdoksan Gün »

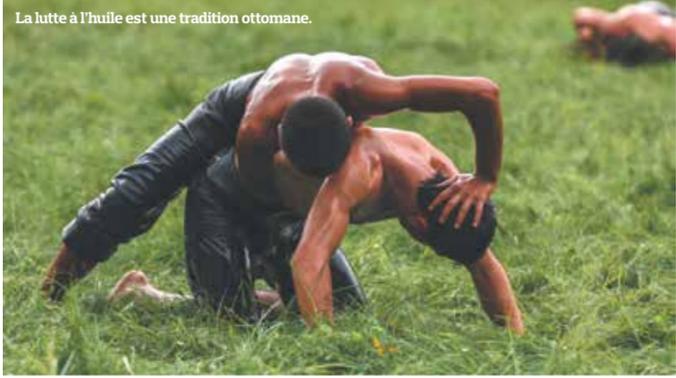
(Cent quatre-vingt-dix jours) et « Pasaport Damgalari » (Tampons de passeport) comprenant les carnets de voyage. Batur qui déclare avoir visité la France « au moins 50-60 fois », pense qu'un des avantages de ce pays c'est qu'il n'a pas concentré la vie culturelle dans la seule capitale. En France toutes les grandes villes de la province ont pu dépasser cette dépendance centralisatrice, que ce soit au niveau culturel ou au niveau de l'intérêt de la vie, » dit Batur, « Donc pour manger un bon repas ou bien pour regarder un bon spectacle d'opéra il n'est pas nécessaire d'être dans la capitale. Ni pour voir certains monuments ou bien pour suivre les dernières tendances de la mode... la liste peut encore être allongée ».

#### CE QUI VIENT AVEC LA LITTÉRATURE

Enis Batur continue : « Si vous analysez de près l'art et la littérature en France, vous pouvez voir le rôle moteur de la province. Plusieurs écrivains, poètes et penseurs importants ont dû passer par Paris, sans doute, mais les autres villes ont également leur lot de personnages éminents. Par exemple Gustave Flaubert n'a pas beaucoup fréquenté Paris, et le littoral Méditerranéen ou le Nord ont pu donner aussi naissance à des personnages célèbres. » Enis Batur qui passe près de six mois par an en France depuis 14 ans, indique que pour connaître l'esprit d'un pays ou d'une ville, il faut y rester pour une longue durée. \*



La lutte à l'huile est une tradition ottomane.



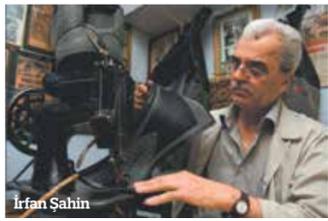
## La Deuxième Peau des Lutteurs Turcs

La lutte à l'huile est l'un des sports les plus anciens pratiqués par les Turcs. Le « kispet », la culotte que les lutteurs revêtent durant les combats, est fabriquée à la main, par un nombre très limité de maîtres artisans.

Depuis plus de mille ans, cette tradition n'a rien perdu de sa popularité au tournoi des luttes à l'huile de Kurkpinar. Pour rendre la tâche plus difficile, les lutteurs enduisent leurs corps d'huile d'olive, d'où provient le nom donné à cette discipline. Les combats s'organisent à Edirne, dans la ville la plus à l'ouest de la Turquie, tous les ans fin Juin-début Juillet. Les lutteurs combattent durant trois jours sur les places appelées des « arènes de virilité » (er meydanı). Durant les finales, les champions de chaque catégorie combattent et le premier de la catégorie la plus difficile obtient le titre de « premier lutteur » (baş pehlivan) qu'il va conserver pour une durée d'un an.

### L'habit officiel de l'arène de la virilité

Les habits de lutte à l'huile ont aussi chacun leur histoire et leur signification. Du crieur qui appelle les lutteurs dans l'arène, aux arbitres, chaque participant a un costume particulier. Cependant le costume le plus caractéristique est celui que portent les lutteurs, une culotte noire en cuir de buffle appelée kispet. Sa fabrication est assez complexe, et son prix d'achat reste assez élevé (environ 250 dollars). Une fois enduit d'huile, un kispet peut peser plus de 10 kg. Les



İrfan Şahin

**LA FABRICATION DE KISPET EST UNE BRANCHE AUTHENTIQUE DE L'ARTISANAT EN ANATOLIE.**

ornements sont également très particuliers et chaque pièce porte des motifs uniques. De nos jours il ne reste qu'un seul maître artisan qui fabrique des kispets conformément à la tradition Anatolienne de Biga : İrfan Şahin qui a 69 ans et enseigne son art à ceux qui veulent l'apprendre. C'est un savoir-faire traditionnel qui se transmet de père en fils, et il faut de nombreuses années de pratique pour réussir une bonne fabrication. Pour cette raison, il n'existe pas beaucoup de personnes de la jeune génération qui souhaitent y consacrer du temps. \*

# ÉCOLES FRANÇAISES HISTORIQUES D'ISTANBUL

Les hommes et les femmes qui sont formés dans les écoles françaises remontant au 15<sup>ème</sup> siècle à Istanbul, capitale de l'Empire ottoman, ont toujours été les pionniers du renforcement des liens entre les deux pays au niveau des institutions et des peuples.



Le Lycée Galatasaray situé au centre de Beyoğlu

### MESUT YAŞAR TUFAN

Istanbul, capitale de l'Empire ottoman, reste un pôle commercial où se croisent plusieurs anciennes routes de commerce. Sa structure cosmopolite avec des statuts particuliers s'est perpétuée jusqu'à l'établissement de la République. Ainsi dans le domaine de l'éducation, les écoles Françaises datent pour la plupart du 19<sup>ème</sup> siècle, lors des réformes de Tanzimat effectuées à partir de 1839, en sont un bon exemple.

### DE ENDERUN (Ecole Impériale du Palais) A MEKTEB-I SULTANI (Ecole des Sultans)

Le Lycée Galatasaray, situé au centre de Beyoğlu, a été d'abord fondé en 1481 sous le nom de Galata Sarayı Hümayun Mektebi (Ecole Impériale du Palais de Galata). Cette école également appelée Mekteb-i Sultani (Ecole des Sultans) ou Galata Sarayı Ocağı (Foyer du Palais de Galata), avait en charge l'éducation des hauts fonctionnaires du Palais Ottoman. Selon les vœux du Sultan, en 1868 le « Mekteb-i Sultani de Galatasaray » a été inauguré.

### QUI EST MESUT YAŞAR TUFAN ?

Il a terminé le Lycée Galatasaray en 1974, et il a poursuivi des études supérieures de sociologie politique en France. Pendant 15 ans il a travaillé comme éditeur de photographie à l'Agence Press Sipa, il a également été rédacteur au Courrier International, et chroniqueur à la radio publique française RFI. Depuis 2007 il vit à Istanbul et il travaille toujours dans les domaines de la recherche, de la photographie et du documentaire.



### LE CLUB SPORTIF GALATASARAY

Durant la période de direction de Tevfik Filkret, le club sportif Galatasaray qui est de nos jours internationalement connu dans le monde sportif, a été créé en 1905, par l'un des élèves du lycée, Ali Sami Yen. Le Président Charles de Gaulle a participé en personne à la cérémonie de célébration du centième anniversaire de l'école en 1968.

### ENSEIGNEMENT SCIENTIFIQUE

L'établissement appelé Saint Michel a été fondé en 1886 à Pera. Jusqu'en 1903, l'administration de l'école assurait un enseignement prenant modèle sur le système français, avec notamment des cours de littérature, de sciences et de commerce. En 1896, les mêmes enseignants ont fondé une nouvelle école à Feriköy. Dans cette dernière on assurait non seulement un enseignement primaire et secondaire, mais aussi des cours de commerce.

### ORIGINES CHEZ LES GENOIS

Le plus ancien des établissements français d'enseignement secondaire à Istanbul est le Lycée français Saint Benoît. Bien que la date officielle de fondation soit 1783, les origines de cet établissement remontent à 1362, époque à laquelle Galata était une colonie génoise.

### LE SUCCES DE SAINT JOSEPH

Le Lycée Privé français Saint Joseph a été fondé en 1857 à Beyoğlu. Cependant en 1864, en raison du manque de place, l'établissement a dû d'abord être déplacé à Kadıköy, puis est revenu à Beyoğlu. L'Institut du Commerce établi là en 1903 a eu énormément de succès. De Sofia à Bagdad, on entendait parler de l'Institut.

### ÉCOLES DES FILLES DE PERA

Le lycée français Saint Pulchérie à Beyoğlu avait d'abord été créé comme l'école des filles Saint-Vincent de Paul. L'internat de Notre Dame de Sion ouvert en 1856 à Harbiye a été le premier lycée pour filles en Turquie. \*

# CONNAISSEZ L'ORIGINE DE CE QUE VOUS PORTEZ

De la soie, de la laine, du coton, du cuir, de la fibre synthétique... Chacun de ces matériaux qui sont largement utilisés dans l'industrie de l'habillement a ses qualités propres. L'important ce n'est pas le matériau, mais la fiabilité de son origine, et la façon dont on l'utilise.



### LE PLUS SAIN LE COTON

Le coton est obtenu en traitant la fibre végétale qui entoure la graine du cotonnier. Les trouvailles archéologiques indiquent que la culture du coton a débuté indépendamment en Inde et en Amérique du Sud, il y a 6000-7000 ans. Le mot « coton » vient du mot arabe, « kutun ». En Turquie, la culture du coton remonte à l'an 330 avant J.C. Elle continue de nos jours, notamment dans la région de Çukurova. Le coton est largement cultivé et produit à un niveau assez élevé de qualité. C'est un matériau indispensable pour les vêtements qui sont en contact direct avec la peau comme la lingerie ou l'habillement pour bébés.



### CHAUDE ET COLORÉE LA LAINE

La laine est une fibre naturelle que l'on obtient en tissant les poils de moutons, de chèvres, de chameaux, de lamas, des lapins de garenne. Comme elle tient chaud, elle est l'un des matériaux préférés dans la fabrication de couvertures, de vêtements d'hiver, et de manteaux. Avant de devenir sédentaires, les Turcs étaient l'un des peuples qui maîtrisaient le mieux ce matériau. Cette tradition a continué après la sédentarisation en Anatolie et la Turquie compte encore de nos jours parmi les meilleurs fabricants de laine et de vêtements en laine dans le monde. La laine turque attire l'attention avec la richesse des motifs et sa coloration.



### LA REINE DES FIBRES LA SOIE

La soie est une fibre douce, brillante, produite par les vers à soie. Les êtres humains en font du fil à partir duquel tissent des tissus. La pratique du tissage de la soie a débuté en Chine il y a 4 600 années ; cependant en Anatolie et notamment à Bursa, la sériciculture était bien développée. Durant de longues années, la soie qui avait un rôle important dans la vie économique des gens, a été transportée vers l'Europe en suivant la Route de la Soie qui passe par la Chine, l'Inde, Tachkent, Bagdad, Damas et Istanbul. Et de nos jours, les villes turques comme Bursa, Amasya, Diyarbakir et Hatay continuent à fabriquer la meilleure soie du monde.



### OSTENTATOIRE ET REBELLE LE CUIR

Le travail du cuir est l'un des plus anciennes activités artisanales de l'humanité. Des vêtements, des chaussures, des chaussons, des tentes, des voiles sont fabriqués à partir de ce matériau. Les anciens Turcs fabriquaient des caisses et des selles en cuir pour les bêtes. Les meilleures broderies sur cuir étaient réalisées par les Turcs, les Arabes, les Espagnols et les Vénitiens. La France a importé la technologie du cuir des Ottomans. De nos jours la Turquie est l'un des pays les plus avancés en ce qui concerne la qualité, la technologie, le traitement du cuir et elle exporte aux quatre coins du monde du cuir brut et du prêt-à-porter en cuir.



### UN BESOIN DE NOTRE ÉPOQUE LES FIBRES SYNTHÉTIQUES

La population mondiale a dépassé les 7 milliards et il n'est plus possible de répondre à la demande croissante de matériaux avec seulement les fibres naturelles. Une fibre synthétique fabriquée conformément aux normes de qualité n'est pas néfaste pour la santé, et de plus, elle nous permet d'obtenir des tissus beaucoup plus variés, à des prix abordables. Par ailleurs certaines issues des toutes dernières technologies arrivent à assurer une protection jusqu'à moins 50 degrés. La Turquie utilise dans ses productions des fibres synthétiques conformes aux normes internationales, sans aucun danger pour la santé humaine.



### DÉLICATE ET LUMINEUSE LA VISCOSE

La viscose est une fibre naturelle obtenue à partir du hêtre. Tout comme le coton, elle est composée de cellulose. Elle a une capacité d'absorption plus élevée que le coton. Elle est également très adaptée pour la teinture et l'impression. Par ailleurs sa solidité à sec est moins élevée que le coton. La viscose est élégante et confortable. Elle est largement utilisée pour des tissus brillants, pour des tissus crêpés et pour les tricots. Vous pouvez voir la viscose dans les doublures, sur les étiquettes des chemises, des t-shirts, des robes et de lingerie. Le secteur du prêt-à-porter en Turquie est l'un des meilleurs dans l'utilisation de la viscose.



# Peint par Van Mour, à la Mode en Europe

L'artiste peintre néerlandais Jean-Baptiste Van Mour, qui a vécu à Istanbul pendant 37 ans, avait peint des personnages des différentes classes vivant dans l'Empire ottoman. Les tableaux de Van Mour ont fait débiter la mode turque en Europe.

Il y a 301 années, les peintures de Jean Baptiste Van Mour, connu comme le « Peintre ordinaire du Roy en Levant », sont devenues un Album des Vêtements Ottomans. Cet ouvrage dont la première édition a été publiée à Paris en 1714, a fait débiter le courant de la mode Turque qui a influé en Europe durant de longues années, tout en reflétant la vie ottomane d'une manière extrêmement vivante. Cet ouvrage a été républié par la Mairie Métropolitaine d'Istanbul.

## Qui est Van Mour ? Pourquoi a-t-il réalisé un tel album ?

Van Mour a personnellement vécu dans l'Istanbul du 18ème siècle, durant la Période des Tulipes ; c'est un artiste qui a peint cette période dans tous ses détails. Et on dit même que c'est le Sultan Ahmed III qui a marqué la Période des Tulipes, le poète de la période était Nedimi, et le peintre Van Mour. L'histoire commence en 1699, lorsque Van Mour vient à Istanbul et vit dans le pays et devient même citoyen ottoman. Le Roi français Louis XIV nomme Mr. De Ferriol comme Ambassadeur à Istanbul. Il amène avec lui le peintre néerlandais Van Mour. De Ferriol à la fin de son mandat en 1711 rentre à Paris, tandis que Van Mour reste. Sous les ordres de

l'ambassadeur de Ferriol, il peint le Sultan en premier, mais aussi les administrateurs, les fonctionnaires du sérail, les hommes religieux, les derviches, les commerçants, les gens de différents groupes ethniques, et les événements sociaux.

Après 12 années de fonction, lorsque l'Ambassadeur de Ferriol rentre dans son pays, il présente les peintures de Van Mour au Roi de France, Louis XIV. Le Roi appréciant beaucoup ces peintures, 102 tableaux dont ceux de Van Mour ont été exposés à Paris, avec les explications détaillées de l'Ambassadeur de Ferriol en 1714, sous le titre : « Recueil de Cent Estampes Représentants différentes Nations du Levant ». Par la suite la mode Turque envahit l'Europe. L'album a été publié en Espagne et en Angleterre sous les titres respectifs de « Collection de Trages de Turquia », et « Costumes of Turkey ». Le succès de cet album montrant des personnages costumés a donné naissance en Europe au courant appelé la « Mode

Turque ». Les vêtements ottomans commencent à plaire aux Européens. Les couturiers de l'époque créent des costumes inspirés par cet album, et par d'autres ouvrages similaires, les Européens se mettant à porter ces costumes dans les rues ou durant les soirées.

Dans ses tableaux Van Mour peint le Sultan en premier, mais aussi tous les personnages du Sérail, jusqu'au plus bas niveau social, en se basant sur ses observations. Dans l'album sont représentés des gens de toutes les classes, avec leurs habits de tous les jours, ou bien avec leurs costumes de cérémonie. Par ailleurs l'album montre également les habits d'autres peuples vivant dans l'Empire ottoman. La nouvelle édition de l'ouvrage pèse 6 kilogrammes, les dimensions sont 335 cm x 460 cm. Lorsque vous venez à Istanbul, vous pouvez le trouver dans la Librairie d'Istanbul, dans le quartier Eminönü. \*



Le succès de l'album de Van Mour montrant des personnages costumés a donné naissance en Europe au courant appelé la « Mode Turque ».

Un sabot sculpté, orné d'un motif végétal, recouvert de plaques d'ivoire; les surfaces interne et externe des talons sont recouvertes d'ornement plâtré sur un fond vert. Les ornements et la finition de cet exemplaire rare nous font dire que ce sabot a été spécialement fabriqué pour la Cour ou des milieux proches de la Cour.



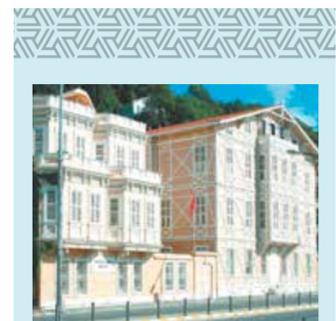
## Les Chaussures: L'objet du Désir des Femmes

Le Musée Madame Sadberk (Fondation Vehbi Koç), qui porte le nom de l'épouse de l'un des hommes d'affaires les plus connus de Turquie, abrite une exposition unique sur les chaussures et propose un voyage à travers cette passion incontournable des femmes. Cette collection mérite vraiment un détour si vous vous rendez en Turquie!

C'est au 17ème siècle que les femmes commencèrent à considérer la chaussure comme un objet de mode. De nos jours, une paire de talons est un accessoire indispensable pour les femmes et plusieurs recherches, menées dans de nombreux pays auprès des milliers de femmes, ont démontré l'importance de cette passion pour les chaussures. Selon une recherche très récente, les femmes dépensent tout au long de leur vie en moyenne 25 mille dollars pour l'achat de chaussures ce qui équivaut à l'achat de 7 paires par an. Cela signifie qu'une femme peut posséder tout au long de sa vie 469 paires de chaussures. Bien évidemment, quand il s'agit d'une passion excessive, ce chiffre peut dépasser allégrement dépasser le millier. Le Musée Madame Sadberk (Fondation de Vehbi Koç) situé à Istanbul accueille une exposition qui décrit l'histoire de la chaussure. Il s'agit d'une collection de chaussures allant d'une période couvrant le début de 19ème siècle jusqu'au début du 20ème siècle. Cette dernière peut être visitée jusqu'au 31 Mai 2015.

Dans cette exposition, on y trouve principalement des chaussures et des pantoufles de la dernière ère de l'Empire ottoman mais également des chaussures et des pantoufles de différentes régions telles que l'Asie Centrale, l'Afrique du Nord, l'Europe, l'Iran et l'Inde.

Cette collection comporte 127 paires fabriquées lors premières années de la République et réunit en plus de pièces de tendance traditionnelle, des modèles de bottes, de chaussures, de pantoufles et de sabots de mode occidentale. La plupart de ces produits sont fabriqués en cuir et en tissu et parmi ces derniers, nombreux sont ceux qui sont ornés de fil d'or, d'argent et de perle. Nous y retrouvons des œuvres à l'histoire singulière comme les souliers de mariage de la Princesse Atiye de la famille Egypt-



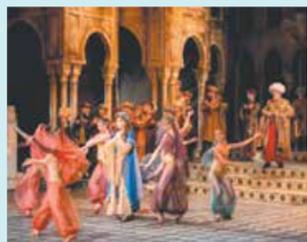
### LE MUSÉE MADAME SADBBERK

Le Musée Madame Sadberk qui disposait lors de sa création de 3 mille œuvres, en possède actuellement plus de 18 mille. Des œuvres archéologiques qui reflètent la trace matérielle et culturelle des civilisations ayant existées dans l'Anatolie depuis l'an 6 mille avant J.C jusqu'à la dernière ère de l'Empire sont exposées dans le premier bâtiment du Musée appelé « Sevgi Gönül ». Les œuvres islamiques appartenant principalement à l'ère ottomane, les œuvres européennes, celles de l'Extrême-Orient et du Proche-Orient conçues pour les Ottomans ainsi que des costumes, tissus et broderies de l'ère ottomane sont exposés dans le Yali d'Azaryan (deuxième bâtiment).

tienne Hidiv ou encore les bottines de petits enfants de 3-4 ans, descendants de pachas. Des sabots sculptés en bois, ornés de nacre, d'ivoire et d'argent occupent également une place à part dans l'exposition. Enfin, les modèles de chaussures à étiquette donnent également des informations sur les producteurs et vendeurs de l'ère de l'Empire ottoman. \*

## VÊTEMENTS OTTOMANS ET MOZART

En 1782, 68 ans après la publication de l'ouvrage, Wolfgang Amadeus Mozart qui est l'un des plus grands génies de la musique en Occident écrit un opéra sur le Palais de Topkapı, appelé « L'enlèvement au Sérail ». Cet importante œuvre de Mozart est l'une des preuves évidentes de l'intérêt que l'Europe porte aux vêtements et au mode de vie turcs. Les costumes de cet opéra ont suscité l'intérêt des Autrichiens, dès le premier spectacle, dans le prolongement du courant des vêtements ottomans dont Van Mour a été le pionnier avec ses peintures.



## MUSIQUE ET MODE

La musique turque a récemment connu des voix et des sons entièrement nouveaux. Leur point commun de tous ces chanteurs, c'est qu'ils sont sans concession non seulement dans leur musique mais également dans leur style vestimentaire.

L'essentiel de la musique réside dans l'écoute : vous mettez vos écouteurs et vous vous laissez ensuite guider par le rythme et les émotions qu'elle vous évoque. Cependant les collaborations entre le monde de la musique et celui de la mode ne datent pas d'hier que ce soit pour la réalisation de clips vidéo, les concerts, les spectacles, les émissions tv, les photos de pochettes d'album ou bien les interviews... Les musiciens se doivent être créatifs non seulement dans leur musique mais aussi dans leur style vestimentaire. Lady Gaga en est un très bon exemple. Les musiciens turcs font également preuve de créativité en suivant cette tendance. La musique qu'ils créent, et leurs tenues sont marquées par l'orient, le multiculturalisme ainsi que les couleurs. Voici quelques nouveaux noms de la musique turque et leurs styles à découvrir :



### GAYE SU AKYOL

Son dernier album « Develeri Yaşıyorum » a des timbres orientaux mais le style de Gaye Su Akyol reste occidental. C'est la voix la plus jeune et moderne de Turquie qui accompagne généralement la boisson traditionnelle des Turcs : le raki. Ses tenues et ses photos donnent une image d'une vraie cosmopolite.



### CEYLAN ERTEM

Ceux qui aiment Amy Winehouse vont aussi apprécier Ceylan Ertem. Non seulement pour sa musique débordante d'amour et de mélancolie mais aussi pour son style d'une originalité saisissante. Elle est captivante avec ses tatouages colorés, son rouge à lèvres et son regard brouillé.



### MABEL MATIZ

Son vrai nom est Fatih Karaca; son nom de scène vient d'un personnage de roman turc, « Mabel ». Son nom, Matiz, signifie décadent en ancien grec. Il a un style vestimentaire et musical ludique, coloré, amusant et bouillonnant. Pour commencer écoutez « Sultan Süleyman » et « Aşk Yok Olmaktr ».



### ATIYE

Un petit gout oriental pour ceux qui ne peuvent se passer de la pop. Atiye a une voix douce, il y a des morceaux amusants dans ses chansons et en plus, c'est une star qui danse très bien. Son style vestimentaire est également remarquable. Commencez par écouter « Ya Habibi », « Soygun Var » et « Salla ».