

A large, ornate metal archway with intricate carvings and a central circular medallion. The archway is flanked by two tall, decorative pillars topped with urns. In the foreground, there are two large, ornate white metal lanterns. The archway frames a view of the Bosphorus in Istanbul, with the city's skyline and the Golden Horn visible in the background under a clear blue sky.

Turquie

Depuis juillet, la « Saison de la Turquie » bat son plein dans l'Hexagone.

Lors de l'inauguration, le ministre de la Culture Frédéric Mitterrand soulignait la fascination de la France pour « *un pays où la culture vit, bouillonne dans une saisissante diversité, se permettant toutes les audaces, toutes les avant-gardes* ».

Cet événement est l'occasion rêvée pour mieux connaître le visage contemporain de ce grand pays, sa jeunesse, son dynamisme ainsi que son immense potentiel.

**ISTANBUL, CARREFOUR DES CIVILISATIONS ORIENTALE
ET OCCIDENTALE, SÉRA LA CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE EN 2010 !**

Un pays d’avenir

Entretien avec Alpaslan Korkmaz,

Président de l’agence nationale de soutien et de promotion des investissements de Turquie

Au cours de la dernière décennie, la Turquie s’est profondément métamorphosée. Pouvez-vous nous présenter son nouveau visage ?

C’est un pays qui est passé de 305 à 742 milliards \$ de PNB annuel entre 2004 et 2008 ; qui a connu 7% de croissance annuelle pendant 6 années consécutives ; qui diplôme aujourd’hui 450 000 universitaires par an ; dont la moyenne d’âge est de 28,3 ans, avec 61% des 72 millions d’habitants âgés de moins de 34 ans : c’est un pays extrêmement jeune et qui, depuis 6 ans, a alloué le maximum de son budget national à l’éducation – la plus grande dépense de l’État. C’est dire l’importance que le gouvernement accorde à la promotion des jeunes et à l’économie de la connaissance.

Même si la crise financière internationale est aussi passée par là, c’est une nation extrêmement dynamique qui avance à grands pas vers une économie du savoir, passant de 5 millions d’internautes en

2003 à 30 millions fin 2008, et de 23 millions d’utilisateurs de GSM à 66 millions durant la même période. C’est l’un des dix pays qui croît (et croit) le plus au monde dans le domaine des technologies de l’information et de la communication (TIC).



Alpaslan Korkmaz

Quels sont les secteurs d’avenir de l’économie turque ?

Il y a d’abord un axe que j’aimerais souligner : j’enseigne la négociation internationale et, dans un monde qui se globalise, vous

devez être à même de cultiver une empathie avec des mentalités différentes pour conclure une affaire. Or les Turcs ont ça dans le sang. Ce n’est pas un hasard si c’est en Turquie que Microsoft possède sa plus grande entité au monde après Seattle : 80 pays sont dirigés d’ici, essentiellement parce que les Turcs ont cette faculté d’être très à l’aise en Europe, dans le Caucase, en Asie centrale, au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, partout.

Les QG opérationnels sont appelés à jouer un rôle crucial en Turquie. Ils vont se développer. Istanbul a également l’ambition justifiée de devenir un pôle financier dans la région: entre Francfort et Dubaï, la ville peut jouer un très grand rôle comme centre financier.

Parmi les autres secteurs porteurs, citons l’automobile bien sûr, premier libellé d’exportation de la Turquie. En 2003 le pays produisait 300 000 véhicules, en 2007 1,1 million et malgré les sérieux défis dans ce secteur, l’objectif de notre gouvernement est d’atteindre les

2 millions à l’horizon 2013-2015. Le secteur de la construction navale est lui aussi prometteur : la Turquie est le 3^e constructeur de « mégayachts ». Les TIC sont également porteurs : j’ai parlé de Microsoft, il y a aussi Cisco ou encore Nortel qui vient de créer un centre d’excellence et de recherche en Turquie et a recruté 1 000 ingénieurs de logiciels en 18 mois.

Les infrastructures, et en particulier l’énergie, vont également susciter de gros investissements : nous avons calculé un besoin de 100 millions d’euros dans les 7 années à venir pour le secteur énergétique. Vous avez vu les aéroports flambant neufs d’Ankara, d’Antalya et d’Istanbul : ils ont été réalisés par des opérateurs privés selon le nouveau système BOT (*build-operate-transfert*). C’est ce qui va se passer dans les domaines routier, énergétique...

Le secteur agroalimentaire, par ailleurs, a beaucoup d’avenir. Sans oublier le tourisme naturellement : nous sommes aujourd’hui la 7^e destination au monde et nous sommes en train de croître. Nous recevons bien sûr beaucoup d’Européens mais aussi nombre de nos voisins saoudiens et iraniens, qui côtoient des Israéliens dans nos hôtels. Et bien des créneaux restent à développer : je pense notamment au tourisme religieux, la Turquie étant la patrie d’Abraham mais aussi de saint Paul et saint Nicolas...

intégrée et durable pour la région. Notre objectif : exploiter les ressources mais également fournir aux habitants de l’emploi, une éducation supérieure, des formations et tenter de résoudre ensemble les problèmes de société. » Suite aux récentes crises énergétiques et alimentaires dans le monde, l’importance stratégique du Sud-Est anatolien s’est encore renforcée et de nombreuses opportunités se présentent aux investisseurs étrangers. La direction du GAP veut insister particulièrement sur le développement des énergies renouvelables, de l’agriculture biologique (la région produit déjà 70% du coton bio du pays) et du tourisme. « Notre patrimoine est exceptionnel. Nous avons plus de 10 000 ans d’histoire », conclut Sadrettin Karahocagil.

Oui à l’Europe

Voilà 4 ans, l’Union européenne entamait officiellement les négociations avec la Turquie en vue de son adhésion. « *Nous avons patienté 45 années pour avoir une date* »,

rappelle Egemen Bağış, ministre des Affaires européennes et négociateur en chef. À ce jour, 11 chapitres sur 35 ont été ouverts. Réforme après réforme, guidée par l’Union, la Turquie adapte sa législation aux standards

européens, consolide sa démocratie et poursuit sa route vers l’« euro-péanisation ». « *L’UE est le plus grand catalyseur de changement pour la Turquie* », soutient le jeune ministre. Son homologue français, Pierre Lellouche, nouvel arrivant au gouvernement, confirmait ce point de vue quelques mois avant d’être nommé ministre : « *Le processus de candidature*

YOUR RELIABLE
FINANCIAL PARTNER
WITH UNIQUE
ABILITIES
SINCE 1948.

STABILITY

The highest credit rating awarded to a bank in Turkey: **Baa1**.*
Prudent risk management infrastructure.
Une **structure de capital robuste** and high capital adequacy ratio.

SUSTAINABILITY

The most valuable bank in Turkey.**
Most widely recognized bank in Turkey.***

RELIABILITY

Reliable financial partner of over **6 million** customers.
The **highest syndicated lending** received by a Turkish bank in 2008.

INVESTABILITY

Robust shareholder structure
with sizeable investments by individuals and major shareholders.

PROFITABILITY

Net profit of **US\$ 1.2 billion** in 2008.
One of the most profitable banks in Europe.

*By Moody’s, as of December 15, 2008
**Istanbul Stock Exchange, as of June 26, 2009
***Nielsen Turkey - Top of Mind Survey, 2008

VOTRE PARTENAIRE
FINANCIER FIABLE AUX
COMPÉTENCES
UNIQUES
DEPUIS 1948.

STABILITÉ

La meilleure note de crédit jamais attribuée à une banque en Turquie: **Baa1**.*
Une infrastructure de **gestion du risque prudente**.
Une **structure de capital robuste** et un ratio de solvabilité élevé.

DURABILITÉ

La Banque bénéficiant de la plus forte valorisation boursière en Turquie.**
La banque la plus reconnue en Turquie.***

FIABILITÉ

Un partenaire financier de confiance pour plus de **6 millions** de clients.
Le **plus important crédit syndiqué** reçu par une banque turque en 2008.

INVESTIBILITÉ

Une **structure actionnariale robuste** avec des investissements considérables de la part de particuliers comme d’actionnaires majeurs.

PROFITABILITÉ

Résultat net de **1.2 milliard de dollars** en 2008.
Une des banques les plus rentables d’Europe.

*Moody’s, 15 décembre, 2008
**Istanbul Stock Exchange, 26 juin, 2009
***Nielsen Turkey, Enquête de Notoriété “Top of Mind”, 2008

– auquel la France a apposé sa signature – a une vertu énorme en Turquie : il est la lumière qui guide les changements, le phare vers lequel les réformes sont en train d’être faites. » Il poursuit : « *C’est dans l’intérêt de l’Europe d’avoir une Turquie démocratique, stable, qui soit un plus et non un problème.* » Les positions hostiles de pays majeurs, comme la France ou l’Allemagne, envers la Turquie, exacerbées lors des dernières élections européennes, mettent en péril le processus et froissent profondément les sensibilités des leaders et du peuple turcs. Le « partenariat privilégié » proposé par Nicolas Sarkozy est refusé d’un revers de main. « *La Turquie sera un membre à part entière ou pas du tout. Nous n’accepterons aucune solution intermédiaire. Un “partenariat privilégié” ne rendra la Turquie ni partenaire ni privilégiée* », répond Egemen Bağış à la proposition du président français. Et il rappelle, non sans raison, que la Turquie est déjà un partenaire privilégié de l’Europe et que son accession dans l’UE constitue à plusieurs titres une opération gagnant-gagnant.



Dans son livre *Oui à la Turquie*, l’ancien Premier ministre Michel Rocard abonde dans ce sens et estime qu’« *avec la Turquie dans l’Union, l’Europe va renforcer sa position géostratégique. Son marché s’étendra ; l’accès aux routes énergétiques lui sera facilité ; les valeurs européennes gagneront du terrain ; leur influence grandira.* » Le récent accord sur le gazoduc Nabucco, qui permettra à l’Europe de s’approvisionner via la Turquie et de limiter la position dominante de la Russie, en apporte une nouvelle preuve.



Okay Barutçu, *Directeur général de Grundfos* – fabricant danois de pompes et systèmes de pompage –, présent en Turquie depuis 1998.

Quel bilan tirez-vous de votre installation en Turquie ?

L'implantation de Grundfos en Turquie a été un investissement résolument stratégique. C'est un excellent marché de départ avec de nombreuses grandes villes tout autour du pays, qui se développent rapidement et ont des besoins importants. Mais c'est également une très bonne « base de lancement » pour entamer des opérations dans les régions environnantes, notamment les républiques turques du Caucase et d'Asie centrale. Au départ, nous gérons d'ici les opérations en Azerbaïdjan, Arménie, Géorgie, Turkménistan ou encore en Ouzbékistan. Par la suite, alors que ces marchés grandissaient et devenaient autosuffisants, Grundfos a ouvert des bureaux dans certains de ces États et y a transféré ses opérations.

Pendant, nous touchons encore de nouvelles zones grâce à nos clients. Les constructeurs turcs sont en effet devenus des acteurs internationaux incontournables, et nous enregistrons des ventes pour la Russie, le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord ou encore les Balkans. La Turquie est un véritable pont entre l'Ouest et l'Est. Si vous commencez une activité ici, vous débutez avec un partenaire fiable dans un environnement raisonnablement familial. C'est un avant-goût de l'Orient dans un cadre rassurant, car les mentalités et l'approche du commerce sont avant tout européennes.

CARREFOUR, L'EXEMPLE

La France est l'un des premiers investisseurs étrangers en Turquie (en cumulés). Les entreprises de l'Hexagone ont très vite compris le potentiel de ce grand pays : Renault, Groupama, Gras Savoye, Darty ou encore Carrefour y ont ainsi développé une position stratégique. « Il n'y a pas de secret, déclare Guillaume Vicaire, CEO de Carrefour Turquie. Quand on est dans un pays de 70 millions d'habitants et de la modernité de la Turquie, elle fait forcément partie des pays clés dans les stratégies des groupes internationaux. » Pour réussir son implantation, Carrefour s'est rapidement allié avec le groupe Sabanci, deuxième consortium turc, et commercialise

Entretien

Un secteur financier fort

Akbank est la première banque privée de Turquie en termes de capitalisation boursière, elle fait partie de la Holding Sabanci

Quel est votre sentiment concernant l'impact de la crise économique en Turquie ?

La Turquie est de plus en plus intégrée dans l'économie mondiale et commence à y jouer un rôle crucial. Au cours des 4-5 années écoulées, elle a enregistré une croissance très importante. Par voie de conséquence et grâce à sa stabilité politique, la Turquie a attiré de plus en plus d'investissements directs étrangers (IDE). Durant ces 2-3 dernières années, les IDE reçus ont été équivalents à ceux des 20 années précédentes ! Nos échanges commerciaux ont également augmenté et nous avons diversifié nos marchés. Par exemple en 2008, la part d'exportations vers la région du Golfe a crû de 9 à 19%. C'est très positif mais pas suffisant, car 50% d'entre elles sont toujours destinées à l'Europe.

Nous serons sûrement affectés par la crise mais nous possédons une économie dynamique et résistante ainsi qu'un secteur privé très jeune et entreprenant. Je crois que la Turquie saura pallier les difficultés actuelles du marché pour commencer à enregistrer une reprise forte dans 6 à 9 mois.

Quelle est aujourd'hui la situation du secteur bancaire ?

Il est à présent sain et fort, principalement parce que nous avons réalisé un assainissement de notre système grâce à un ensemble de réformes après la crise financière nationale de 2000-2001. Actuellement, nous avons un très important ratio de solvabilité dans l'industrie. Par ailleurs, les principales banques remplissent des activités plutôt traditionnelles : nous ne possédons pas de produits dérivés et peu de hors-bilan. Voilà qui rend les banques turques transparentes et fournit un important



Suzan Sabancı Dinçer, *présidente du conseil d'administration de Akbank*

niveau de clarté, à la fois pour les investisseurs et les emprunteurs. Nous avons également une importante base de dépôts, notre ratio prêts/dépôts est très faible comparé à de nombreux autres marchés. Finalement, la plupart des richesses « onshore » en Turquie sont en dépôts : voilà pourquoi nous déplorons peu de pertes de richesses. Une forte chute de la Bourse turque n'affecte pas les citoyens de façon significative puisque les principaux

actionnaires sont soit les propriétaires des compagnies – qui sont des propriétaires à long terme et non des vendeurs –, soit des acteurs internationaux.

Comment envisagez-vous la sortie de crise pour votre pays ?

Mon sentiment général est que la Turquie se trouvera en position avantageuse au terme de cette période. Si la stricte discipline continue à être implémentée en parallèle de stimulations économiques adaptées, elle sera l'un des quelques pays à sortir renforcés de la crise.

Quel message souhaiteriez-vous adresser aux lecteurs de Paris-Match ?

La Turquie est un pays très dynamique avec un immense potentiel. Elle représente assurément une opportunité que nul ne peut se permettre de manquer. Je crois qu'une Turquie saine et forte apportera de la valeur ajoutée à la zone européenne, qui a besoin d'une population jeune et énergique dotée d'une forte capacité économique. L'Europe devrait nous voir comme un allié intégral et un membre, pas uniquement comme un partenaire commercial.

sous l'enseigne Carrefour SA. « Pour nous, l'objectif était de s'associer avec un groupe de très grande qualité et de grande notoriété en Turquie afin de bénéficier pleinement de son expérience du marché et également de son image de marque », précise Guillaume Vicaire. Carrefour célèbre cette année sa 16^e d'année d'implantation et l'ouverture de son 150^e point de vente (hypermarchés et supermarchés). Le but du groupe est désormais de devenir leader du commerce moderne en Turquie et de poursuivre son effort d'investissement en doublant son parc de magasins dans les trois ans à venir. Le groupe Carrefour effectue 98% de ses achats dans le pays et y emploie plus de 10 000 personnes. « L'entreprise est complètement insérée dans le paysage, c'est une entreprise turque », conclut Guillaume Vicaire.

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'ENTREPRENEURS

Comme beaucoup de jeunes hommes de sa génération, Gökalp Çak a grandi au sein de l'entreprise familiale et en a pris la tête après plusieurs années d'études et de travail à l'étranger. C'est l'un des nouveaux chefs d'industrie du pays : il dirige avec son père un grand groupe de solutions logistiques. « ICL comporte 8 entreprises, nous sommes sur tous les segments du secteur, explique-t-il. Avec 1 500 véhi-



Gökalp Çak, *vice-président du groupe ICL*

cules, nous possédons la flotte la plus importante de Turquie. » Et malgré le fort ralentissement des échanges économiques mondiaux, la société familiale ne connaît pas la crise. « Dans une telle période, les entreprises fortes financièrement, et stratégiquement bien positionnées, ressortent toujours gagnantes », analyse-t-il. Le jeune entrepreneur a les idées claires et sait exactement quelles orientations donner à son groupe. « Nous concentrons actuellement nos efforts de développement sur l'Europe de l'Est, le Moyen-Orient et l'Afrique. Le Moyen-Orient est plus puissant tous les jours. Or, pour une population de 320 millions d'habitants, il y a très peu de sociétés de logistique. Nous en tenons compte, évidemment. »

Concernant l'avenir de son pays, Gökalp Çak se veut lucide et pragmatique. « La Turquie ne doit pas entrer dans l'Union européenne avant dix ou quinze

ans. Ce sera notre intérêt seulement quand nous aurons de grandes marques et que nous vendrons de la valeur et pas simplement des biens manufacturiers. » Il incombe maintenant à la nouvelle génération d'hommes d'affaires turcs de rendre effectif ce changement de modèle économique.

À VOS MARQUES !

L'État turc soutient les grandes firmes du pays dans leur essor international à travers le programme «Turquality». Ce dernier touche 70 entreprises dans 7 secteurs clés et peut se résumer par ce leitmotiv : compter 10 grandes marques mondiales dans 10 ans ! On connaît déjà l'un de ces champions, qui rayonnait avant même la réalisation du programme : la société Mavi Jeans, qui a réussi le tour de force de se faire un nom dans

le jeans sur le très compétitif marché US. « Il n'y avait pas de stratégie préétablie. J'habitais aux États-Unis, je m'y plaisais, et je me disais que ce serait bien d'y monter un business, se souvient son CEO, Ersin Akarlılar, et ça s'est fait comme ça, très simplement. Ce fut difficile la première année, puis on a fait ce qu'il fallait et ça a marché. Cette implantation a été une source d'apprentissage immense pour la société, notamment du point de vue du branding. Ça nous a beaucoup servi en Turquie et dans la conquête d'autres marchés. » Aujourd'hui, la firme est présente dans 50 pays et souhaite poursuivre son essor, notamment en France. Pour les autres entreprises turques, une question demeure : quels seront les grands champions du marché global au côté de Mavi Jeans ?

Plus de 21.000 entreprises internationales ont investi en Turquie. Et vous?



INVEST IN TURKEY

- Une population de 72 millions d'habitants
- L'âge moyen est de 28,5 ans
- 61% de la population a moins de 34 ans
- Environ 450 000 nouveaux diplômés de 143 universités par an
- Plus de 24 millions de professionnels, jeunes, bien formés et motivés
- Un pays qui propose une réduction d'impôt jusqu'à 100% et plus des frais engagés en matière de R&D
- Des conditions d'investissement extrêmement compétitives
- Un accès direct à l'Europe, au Caucase, à l'Asie Centrale, au Moyen-Orient et à l'Afrique du Nord.
- Classée 15^{ème} plus grande économie mondiale et 6^{ème} comparée aux pays membres de l'UE. (FMI-PEM, 2008)
- Le 15^{ème} pays le plus attractif au monde pour les investissements directs étrangers (IDE) en 2008-2010 (CNUCED)
- Une croissance annuelle moyenne du PNB approx. de 6% dans les 5 dernières années

invest.gov.tr

REPUBLIC OF TURKEY PRIME MINISTRY
INVESTMENT SUPPORT AND
PROMOTION AGENCY



YOUR ONE-STOP-SHOP
IN TURKEY

Les femmes au pouvoir

La Turquie est pionnière concernant les droits de la femme. Le fondateur de la République, Atatürk, leur donna le droit de vote en 1930 – soit 15 ans avant la France – et le droit d’éligibilité en 1934 !

En 2009, les progrès sont tout aussi significatifs : le chef du patronat turc Arzuhan Doğan Yalçındağ, présidente de la Tüsiad, réélue en début d’année pour un deuxième mandat, est une femme. Et les exemples sont légion : Güler Sabancı, présidente du grand conglomérat Sabancı (plus de 10 milliard ₺ de CA), Begümhan Doğan Faralyalı, PDG de Star TV (première chaîne privée du pays), Oya Eczacıbaşı, à la tête du musée d’art contemporain Istanbul Modern, ou encore Ümit Boyner, membre du comité exécutif de l’important groupe textile Boyner Holding. Des cas qui incarnent une réalité



Arzuhan Doğan Yalçındağ, présidente de la Tüsiad (équivalent du Medef)

© Mike Chevreuil

2010 : ISTANBUL

Dans quelques mois, Istanbul sera la capitale européenne de la culture. Quelles sont vos attentes ?

Grâce à cet événement, nous avons l’occasion de montrer à nos amis européens la grande valeur culturelle et historique d’Istanbul, ainsi que tout son potentiel futur. C’est notamment un moyen d’aider nos jeunes artistes à se faire connaître en leur donnant l’opportunité de rencontrer des partenaires étrangers et de collaborer avec eux. Nous allons également accueillir de grands artistes européens en résidence à Istanbul afin qu’ils puissent travailler avec nos jeunes créateurs.

Quel va être l’impact de cet événement majeur sur le public turc ?

Istanbul est une grande métropole, très peuplée, et nous voulons à cette occasion étendre l’activité culturelle aux périphéries. Nous allons former les responsables des 39 autorités locales et nous mettrons les centres culturels en relation pour encourager la diffusion artistique dans toute la ville.

Pour quelles raisons inciteriez-vous nos lecteurs à venir visiter Istanbul en 2010 ?

Istanbul est une grande ville culturelle européenne. Elle fut la capitale de trois immenses empires par le passé. Dès que nous creusons, nous trouvons des traces archéologiques très anciennes et nous souhaitons partager ces richesses avec les Européens. Récemment, lors d’une excavation pour réaliser le tunnel sous le Bosphore, nous avons fait des découvertes archéologiques vieilles de 8 300 ans, datant du néolithique ! Il est désormais certain qu’Istanbul est la plus vieille ville habitée du continent. Nous invitons les Européens à découvrir ces richesses historiques, au même titre que notre création contemporaine, souvent très différente de ce qui se fait ailleurs. Nous souhaitons étendre ainsi les horizons culturels de l’Europe.

globale tout aussi encourageante. « *La situation des femmes dans nos entreprises est relativement élevée*, selon Arzuhan Doğan Yalçındağ, *il y en a davantage en moyenne avec des positions dirigeantes que dans certains pays européens.* » Cependant, si le secteur privé leur a permis d’accéder à de hautes responsabilités, le bât blesse sérieusement dans le monde politique où les avancées des débuts de la République n’ont pas été confirmées. En 1935, 18 femmes intégraient le Parlement contre guère plus de 50 actuellement, soit moins de 10% des députés. « *C’est inacceptable et la Tüsiad soutient un système de quotas*, déclare sa présidente. *Les chiffres montrent que la situation n’évolue pas. Il faut un changement radical.* » L’association de femmes entrepreneurs Kagider, dont Arzuhan Doğan Yalçındağ est un membre fondateur, milite pour l’influence de la gent féminine. Elle est présidée par Gülseren Onanç, au message limpide : « *Plus les femmes s’impliqueront dans la société, plus le monde gagnera en démocratie, en progrès social et en paix.* » La lutte continue.

SUR LES RIVES DU BOSPHORE

Les Ottomans est un « boutique-hôtel » au charme tout à fait singulier. Quel est son secret ?

La magie des Ottomans est inhérente au lieu. Située sur les rives du Bosphore, au croisement de l’Europe et de l’Asie, la bâtisse est une maison historique qui appartenait au pacha Muhsinzade Mehmet. Elle a été victime d’un incendie en 1932 et je l’ai refaite à l’identique. Nous avons en outre modernisé les lieux avec les toutes dernières technologies.

En quoi se distingue-t-il des autres établissements de luxe ?

Contrairement aux autres hôtels, ici chaque chambre est différente. A chaque venue, on peut vivre une nouvelle expérience dans l’une de nos dix suites. De plus, tout le mobilier est à vendre ! Si un client se prend d’amour pour l’un des objets, il peut l’acquérir. Cela n’existe nulle part ailleurs. Les Ottomans est un lieu unique à Istanbul. On vient ici pour vivre dans un palais.

Vous avez ouvert cette année la discothèque Les Ottomans 29, devenue une référence au même titre que des lieux prestigieux tels que Reina ou Angélique ? Quelles ont été vos motivations ?

La population turque est très jeune et les jeunes aiment s’amuser, faire la fête et écouter de la musique. Istanbul est une ville vivante et nous voulons en faire profiter nos invités. C’est un vrai plus pour l’hôtel. C’est formidable également pour les Stambouliotes, qui peuvent profiter d’un lieu de fête exceptionnel de grand standing.

Ahu Aysal, propriétaire de l’hôtel Les Ottomans



Gamze Saraçoğlu, styliste

À LA MODE !

Fin août ont eu lieu les premières « Journées de la mode d’Istanbul ». Hikmet Tanrıverdi, président d’ITKIB – l’association d’exportateurs de textile et de prêt-à-porter – a qualifié l’événement de « symbole d’une nouvelle ère » pour le secteur. En effet, depuis une dizaine d’années des stylistes talentueux ont ouvert la voie en s’imposant sur la scène internationale, tels Arzu Kaprol, Dice Kayek, ou encore Idil Tarzi. Mais désormais l’on voit chaque année émerger de jeunes créateurs remarquables, et Istanbul s’affirme comme une nouvelle capitale de la mode. « *Il y a aujourd’hui 12 écoles, contre seulement 2 il y a 5 ans* », nous apprend Gamze Saraçoğlu,

styliste à succès de 28 ans, enseignante à l’université Mimar-Sinan. La jeune femme à l’énergie débordante décroche un MBA avant de s’atteler à réaliser son rêve : devenir créatrice de mode. « *J’ai postulé à l’université Parsons à New York mais ils ne m’ont jamais répondu. Alors je me suis rendue là-bas pour me présenter et j’ai été la première Turque admise dans cette école !* » De retour au pays, Gamze devient la plus jeune styliste à lancer sa propre marque, tout en travaillant pour Boyner, le groupe de référence dans le textile : d’abord à Beymen Club, puis en tant que directrice de création de la marque Cotton Bar. Ses habits s’exportent bien dans des zones culturellement très différentes du globe. « *J’ai des clientes aux États-Unis, au Danemark ou à Dubaï qui choisissent les mêmes choses. C’est très surprenant.* » Peut-être est-ce là que réside le secret des créateurs turcs : un style qui transcende les différences de goûts...

L’ÉLÉGANCE OTTOMANE

Zeynep Fadillioğlu est la première femme à avoir réalisé l’architecture intérieure d’une mosquée, inaugurée en avril dernier à Istanbul. Outre la beauté du symbole, il faut noter le remarquable travail esthétique. En respectant scrupuleusement les codes en vigueur, elle a su concevoir une œuvre contemporaine et lumineuse. « *Plutôt que de simplement construire un monument, une forme, j’ai pris soin d’apporter davantage d’émotions, de prendre en compte comment on s’y sentirait pour favoriser le recueillement et la communion avec Dieu. C’est peut-être ce qui rend la mosquée plus «féminine»* », analyse-t-elle. Zeynep Fadillioğlu n’était pas prédestinée à ce rôle de pionnière : elle a commencé sa carrière dans le milieu de la nuit en décorant les soirées organisées par son mari avant d’être distinguée par de nombreux prix

Zeynep Fadillioğlu, architecte d’intérieur



© Benno Thoma

TÉMOIGNAGES À L’OCCASION DE LA SAISON DE LA TURQUIE EN FRANCE

« Il y a un fossé entre la perception de la Turquie et sa réalité ; nous portons tous la responsabilité de le combler. »

Mehmet Şimşek, ministre des Finances

« La Saison de la Turquie est une grande occasion pour le rassemblement de nos deux peuples. »

Murat Yalçıntaş, président de la chambre de commerce d’Istanbul



© ITO

« J’espère que cet événement aura un retentissement comparable à celui de l’Année de la Chine ou de l’Année du Brésil en France. »

Enis Tulça, Directeur de l’office de tourisme de Turquie à Paris



© IKSİ

Görgün Taner, directeur de la fondation IKSİ, en charge de l’organisation des événements culturels de la Saison de la Turquie

« Le tourisme complète la démarche de la “Saison”. Après nous avoir rendu visite, les touristes quittent souvent le pays avec une idée nouvelle et très positive de la Turquie. »

Cumhur Güven Taşbaşı, directeur général de la promotion du ministère de la Culture et du Tourisme

« Ce magnifique programme d’expositions, de colloques, de conférences et de spectacles, conçu et financé par nos deux pays, est une chance pour les Français de mieux connaître et comprendre la Turquie. »

Michel Rocard, auteur du livre Oui à la Turquie



© Christophe Bonami

« La France et la Turquie sont amies depuis longtemps, il faut encore renforcer cette amitié sous le toit de l’Union européenne. »

Oğuz Demiralp, Ambassadeur au secrétariat général chargé des affaires européennes



© Mike Chevreuil

Entretien avec Şekib Avdagic, président du comité Istanbul 2010

SAISON DE LA TURQUIE – DATES INCONTOURNABLES

19 SEPTEMBRE

Techno Parade : char aux couleurs de la Turquie, « invitée d'honneur »

DU 4 OCTOBRE AU 29 MARS

Tournée de l'opéra spectacle *Müsennâ*

5 OCTOBRE

Orhan Pamuk au théâtre de l'Odéon

DU 8 AU 29 OCTOBRE

Illumination de la tour Eiffel aux couleurs de la Turquie

9 OCTOBRE

Séminaire MEDEF /TÜSIAD : « Partenariat franco-turc : devenir plus puissant en Europe et dans le monde »

DU 9 AU 18 OCTOBRE

A l'Université de tous les savoirs :
« La Turquie, aujourd'hui, demain »

10 OCTOBRE

Inauguration de 3 expositions au Louvre, et de l'exposition « De Byzance à Istanbul - Un port pour deux continents » aux Galeries nationales du Grand Palais

MARS 2010

Clôture de la Saison au Centre Pompidou avec Sarkis

Pour connaître l'ensemble des 400 événements et pour davantage d'informations :

WWW.SAISONDELATURQUIE.FR

REMERCIEMENTS AHMET INSEL, ALI OZKAN, ARZU KAPROL, AXEL BAROUX, AYSE BOHURLER, BANU ANIL, BASAK YALCIN, BASARAN ULUSOY, BEGUMHAN DOGAN FARALYALI, BEKIR BOYDAK, BERNARD EMIE, BULENT TERCAN, CEM ERIC, CENGİZ AKTAR, CEYDA EREM, EMRE SARAR, ENGIN ARACI, ERGÜDER CAN, ERTUGRUL ISIKSOY, ESREF HAMAMCIOGLU, ETEM POSTACIOGLU, EZRA & TUBA CETIN, FARUK MALHAN, FERDA KERTMELI, FERDA USTER, FRANCOIS BERNARD, FREDERIC FARRE, FUAT ZAFER, FULVIO VILLA, GAYE CEVİKEL, GEZA DOLOGH, GOZDE SARAR, GÜLRİZ KANTEK, GÜLSEREN ONANC, HALUK TUKEL, HERVE VIGHIER, HUSAMETTIN KAVI, IDIL TARZI, ISMAIL DOGAN, JEAN MICHEL PATALANO, JEAN RENE DE CHARRETTE, JEROME CHASTENET, JOEL GLUSMAN, LEVENT OZDEMİR, LUTFU KUCUK, LUIS SILVA, SANI SENER, MACI GONLUGUR, MEHMET ALI TALAT, MEHMET KARABEOGLU, MEHMET KOCARSLAN, MEHMET NURI GORENOGLU, METIN GURSOY, METIN YALCIN, MICHEL DIEFENBACHER, MUGE ODABAS, MURAT KADAIFCIOGLU, MURAT KEKLIK, MUZAFFER SAMUR, NAZAN OLCER, NAZIF TURKOGLU, NECATI UTKAN, NEDİM EGIN, NILGUN KELES, NOLWENN ALLANO, NUR BELER, NURI ÇOLAKOGLU, NURI OZTASKEIN, OGUZ DEMIRALP, OMER MAFI, OMER MALAZ, OSMAN DINCAS, OSMAN KORUTURK, OSMAN KAVALA, OYA ECZACIBASI, OZCAN UNLU, OZLEM AKCOR, PEKIN BARAN, PINAR ECZACIBASI, RAMAZAN DAVULCUOGLU, RICHARD DI BENEDETTO, SELAHATTIN HAKMAN, SELIN PEKER, SELMAN BILAL, SERDAR BILGILI, SERDAR GULGUN, SERIF KAYNAR, SEVDA ZORLU, SEYDA SIRTAS, TAMER YILMAZ, TEMEL KOTIL, TIMUR BAYINDIR, TUNCER KAYALAR, TURABI CELEBI, UMIT BOYNER, UMUR OZKAL, Umut GURTUNC, VASIF KORTUN, VEYSEL PARLAK, YASEMIN PIRINCCIOGLU, YAVUZ SIPAHI, YVES-MARIE LAOENAN, ZAFER ATBAKAN, ZEKI KARAGULLE, ZEYNEP GUREL, ZEYNEP DERELI, ZIYA ALTUNYALDIZ.



En quête de développement, un nouveau plan d'action est en route

C'est le moment d'investir.

www.gap.gov.tr

Bureau du Premier Ministre de la République de Turquie
Projet d'Anatolie du Sud Est Administration Régionale de développement



Carrefour SA en Turquie

Présent en Turquie depuis 1993, Carrefour s'est associé avec le Groupe Sabanci en 1996. Aujourd'hui, avec plus de 10 000 employés et 700 magasins dans tout le pays (hypermarchés, supermarchés et hard discount), nous poursuivons un développement rapide sur un des marchés les plus prometteurs de la grande Europe. Afin de répondre précisément aux attentes de nos clients turcs, nous avons ainsi élaboré une gamme de plus de 1 000 produits locaux à prix très compétitifs qui répondent à des critères de qualité et de traçabilité stricts. Beau témoignage de notre capacité à nous adapter aux exigences du marché turc, « CarrefourSA » a été élue marque préférée des clients en Turquie au début de l'année 2009 ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Enquête Lovemark réalisée par Ipsos KMG en mars 2009



GRUNDFOS
Bien plus que des pompes

Fabricant leader mondial de pompes et systèmes de pompage présent en Turquie depuis 1998.

Une large gamme de pompes fiables et performantes.

- > **Bâtiment** : circulateurs de chauffage et d'eau chaude sanitaire, surpression, surpresseurs incendie
- > **Adduction d'eau collective** : groupes de surpression, pompes immergées, systèmes de dosage et de désinfection,
- > **Applications industrielles** : pompes pour machine-outil, pompes sanitaires et de dessalement.
- > **Assainissement** : pompes de relevage des eaux usées et effluents, stations de relevage, pompes doseuses, agitateurs et mélangeurs
- > **Pompes intégrées** : circulateurs chaudières, systèmes énergies renouvelables
- > **Moteurs** : haute efficacité énergétique (EFF1)

ALPHA2 récompensé Meilleur circulateur Européen à haut rendement énergétique

www.grundfos.com.tr



Le leader de service logistique textile (*suspendus/colis*) entre La Turquie et La France, puis La Belgique, La Hollande et L'Allemagne.

Que serait la mode sans Nous?

Pour plus d'informations
france@intercombi.com

ICL Solutions Transport & Logistique Intégrés

+90 212 4441 425
www.intercombi.com