

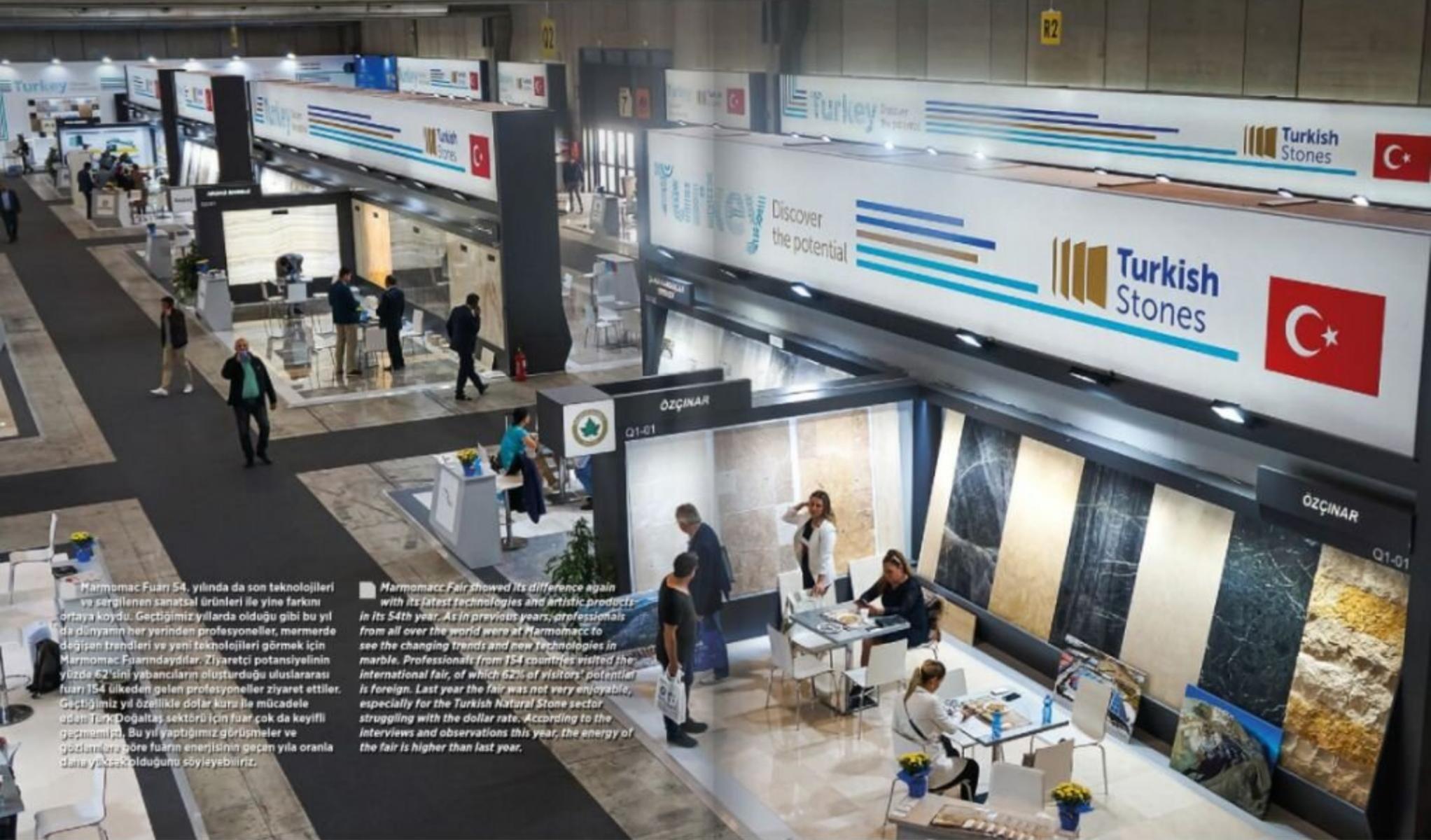
## Marmomac'ta bütün yollar sanata çıkıyor

Mermerin modasını belirleyen, son teknolojik ürünlerin görücüye çıktığı Marmomac Fuarı 54.'cü yılında 69 bin kişi tarafından ziyaret edildi. Fuarda 61 ülkeden 1650 firma stant açtı. Türkiye 54.'cü düzenlenen fuara İstanbul Maden İhracatçıları Birliği önderliğinde 50 tanesi Milli Katılımcı, 88'i ise bireysel olmak üzere 138 firma ile katıldı.

## All roads lead to design at Marmomac

Marmomac Fair, which determined the marble fashion and where the latest technological products were showcased, was visited by 69 thousand people in its 54th year. 1650 companies from 61 countries had booths at the fair. Turkey, with the leadership of Istanbul Mineral Exporters' Association, participated with 50 National Participants and 88 individual participants at the fair, 54th of which was held this year.

Haber / News: Selriban ÇİMEN  
Fotoğraflar / Photos: Muzaffer Cemil YILDIZ



Marmomac Fuarı 54. yılında da son teknolojileri ve sergilenen sanatsal ürünleri ile yine farkını ortaya koydu. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi bu yıl da dünyanın her yerinden profesyoneller, mermerde değişen trendleri ve yeni teknolojileri görmek için Marmomac Fuarındaydılar. Ziyaretçi potansiyelinin yüzde 62'sini yabancıların oluşturduğu uluslararası fuarı 154 ülkeden gelen profesyoneller ziyaret ettiler. Geçtiğimiz yıl özellikle dolar kuru ile mücadele eden Türk Doğaltaş sektörü için fuar çok da keyifli geçmişti. Bu yıl yaptığımız görüşmeler ve gözlemlere göre fuarın enerjisinin geçen yıla oranla daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Marmomac Fair showed its difference again with its latest technologies and artistic products in its 54th year. As in previous years, professionals from all over the world were at Marmomac to see the changing trends and new technologies in marble. Professionals from 154 countries visited the international fair, of which 62% of visitors' potential is foreign. Last year the fair was not very enjoyable, especially for the Turkish Natural Stone sector struggling with the dollar rate. According to the interviews and observations this year, the energy of the fair is higher than last year.

**10. kez Milli Katılım**

Sektörün en büyük fuarlarından biri olan ve 80.845 metrekarelik alanda gerçekleşen Marmomac Fuarı'na, 61 ülkeden 1.650 katılımcı ve 69.000 ziyaretçi katılım sağladı. İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB), "Türk Doğal Taşlarıyla Yeniden Tasarla" sloganı ile İtalya'da düzenlenen Marmomac 2019 Doğal Taş Fuarı'na, 10. kez Milli Katılım gerçekleştirdi. Dört gün boyunca 1.914 metrekarelik alanda yer alan Türkiye pavilyonunu ziyaret eden sektör profesyonelleri, Türkiye'den tüm dünyaya yayılan mermer, traverten ve mozaik ürünlerini yakından inceleme fırsatı buldu.

**"Hedefimiz İtalya pazarında iyi konumlanmak"**

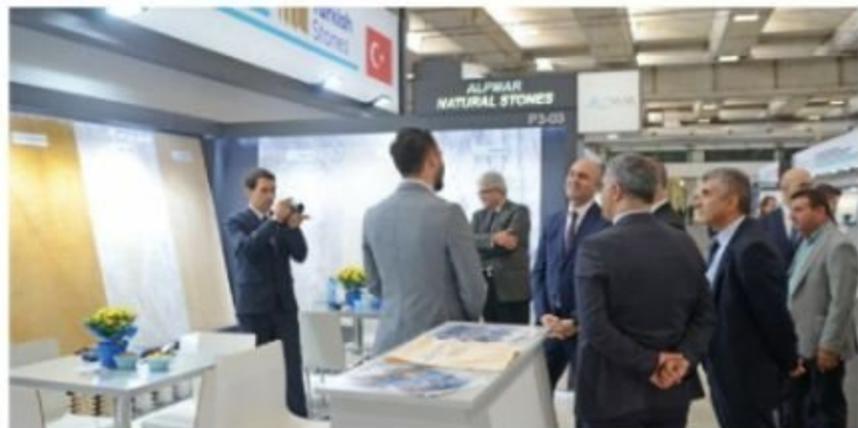
Dünyanın sayılı pazarlarından olan İtalya'da önemli bir oyuncu olmak istediklerini söyleyen İMİB Başkanı Aydın Dinçer, "Dünyanın önemli organizasyonlarından biri olan Marmomac, tasarımın ön planda olduğu bir fuar. İtalya'da 54 yıldır düzenlenen bu organizasyon, dünyanın farklı noktalarından gelen sektör profesyonellerini bir araya getirmesinin ötesinde, katılımcı firmalara yeni pazarlar bulma şansı veriyor. Fuarda Türkiye doğal taş sektörü olarak yeni bağlantılar oluşturmak, var olan bağlantılarımızın kapsamını genişletmek için birebir temaslarda bulunduk. Ayrıca 'Turkish Stones' çantalarımızı fuar girişinde bütün ziyaretçilere vererek, Türkiye'ye yönlendirdik" dedi.

**10th National Participation**

1,650 exhibitors and 69,000 visitors from 61 countries has attended to Marmomac Fair, which is one of the biggest fairs in the sector and which takes place on an area of 80,845 square meters. The Istanbul Mineral Exporters' Association (İMİB), with the slogan "Redesign with Turkish Natural Stones" made 10 National Participations in Marmomac 2019 Natural Stone Fair held in Italy. Industry professionals visiting Turkey pavilions located on 1,914 square meters of space for four days, found the opportunity to closely examine travertine and mosaic products spreading from Turkey to the world.

**"Our goal is to be well positioned in the Italian market"**

Stating that they want to be an important player in Italy, one of the leading markets of the world, Aydın Dinçer said, "Marmomac, one of the most important organizations of the world, is a fair where design is at the forefront. Organized in Italy for 54 years, this organization brings together industry professionals from different parts of the world and provides the opportunity to find new markets. We, as the Turkish natural stone industry, tried to create new connections and to expand the scope of our existing links. In addition, we directed our visitors to Turkey hall, giving them our 'Turkish Stones' bags."

**Standları tek tek ziyaret ettiler**

Fuarın ilk günü, Afyonkarahisar Milletvekili İbrahim Yurdunuseven, Afyonkarahisar Milletvekili Ali Özkaya, T.C. Ticaret Bakanlığı Maden Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanı Ali Rıza Oktay, MAPEG Genel Müdür Yardımcısı Mustafa Sever ve MAPEG Doğal Taş Daire Başkanı Abdülkerim Aydınoğlu, milli ve bireysel katılım gösteren firmaların standlarında ziyaret etti. T.C. Milano Başkonsolosu Özgür Uludüz, T.C. Milano Ticaret Ataşesi Dr. Emre Orhan Öztelli ve atışelik yerel uzmanları da fuarın ikinci gününde bireysel ve milli katılım firmalarını ziyaret ederek başarılar dilediler. Temaslar sırasında fuar ve Türk doğal taş sektörü hakkında görüş alışverişinde bulunuldular.

**They visited the booths one by one**

The first day of the fair, Afyonkarahisar Member of Parliament İbrahim Yurdunuseven, Afyonkarahisar Member of Parliament Ali Özkaya, Ali Rıza Oktay, Head of Mining, Metal and Forest Products Department of Ministry of Commerce; Mustafa Sever, Deputy Director General of MAPEG; and Abdülkerim Aydınoğlu, Head of MAPEG Natural Stone Department visited companies participating in national and individual participation in their booths. TC Republic of Turkey Consul General in Milano Özgür Uludüz and Turkey Commercial Attaché in Milano Emre Orhan Öztelli and local experts visited the individual and national participation companies on the second day of the fair and wished success. During the meetings, opinions were exchanged about the fair and the Turkish natural stone sector.

**Maurizio Danese: "Hedefimize ulaştık"**

54. Marmomac Fuarı'nda belirledikleri tüm hedeflere ulaştıklarını söyleyen Veronafiere Başkanı Maurizio Danese, "PNA Ağ'ındaki Confindustria Marmomacchine ile doğal taşın eşsiz kalitesini tanıtmak üzere işbirliği yaparken, "tasarımcılar için ilham" gibi eğitim girişimlerine odaklanarak, iç piyasayı canlandırdık. Buradaki amacımız, doğal taş ürünlerinin özelliklerini ve bu malzemelerin son müşterilere nasıl daha etkin bir şekilde sunulacağını öğretmekti" dedi.

**Maurizio Danese: "We have achieved our goal"**

Veronafiere President Maurizio Danese, who stated that they have achieved all the goals they set at the 54th Marmomac Fair, said: "While we collaborated with Confindustria Marmomacchine in the PNA Network to promote the unique quality of natural stone, we have revived the domestic market by focusing on educational initiatives such as 'inspiration for the designers'. "Our goal here is to teach the properties of natural stone products and how to make these materials available to end customers more effectively."





#### Son teknolojik çözümler ve hizmetler

Veronafiere CEO'su Giovanni Mantovani ise, "Atölyeler ve sergiler, tasarımcılara, mimarlara ve ticaret operatörlerine teknolojilerin ve doğal taşların çok yönlü olup olmadıklarını, daha derinden anlamaları için yardımcı oluyor. Marmomac ayrıca, son teknoloji çözümler ve hizmetler sunabilen bir sergi. Özellikle yılda 365 gün aktif olan global doğal taş topluluğu sayesinde şirketleri uluslararası pazarlara yaklaşımlarında destekliyor" diye konuştu.

#### Latest technological solutions and services

Giovanni Mantovani, CEO of Veronafiere, said: "Workshops and exhibitions help designers, architects and trade operators to understand more deeply whether technologies and natural stones are versatile. Marmomac is an exhibition that also offers state-of-the-art solutions and services. It supports companies in their approach to international markets thanks to its global natural stone community which is active 365 days a year."

#### Katılım gerçekleştiren ülkeler

Marmomac Fuarı'na İtalya başta olmak üzere Arnavutluk, Angora, Avustralya, Avusturya, Belçika, Bosna-Hersek, Brezilya, Bulgaristan, Kanada, Çin, Kıbrıs, Hırvatistan, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Filipinler, Finlandiya, Fransa, Almanya, Japonya, İngiltere, Yunanistan, Hindistan, İran, İrlanda, İsrail, Ürdün, Lübnan, Kuzey Makedonya, Fas, Meksika, Namibya, Norveç, Hollanda, Umman, Pakistan, Filistin, Polonya, Portekiz, Çek Cumhuriyeti, Kore Cumhuriyeti, Dominik Cumhuriyeti, Slovakya, Romanya, Rusya, San Marino, Sırbistan, Singapur, Slovenya, İspanya, Amerika Birleşik Devletleri, Güney Afrika, İsviçre, İsviçre, Tayvan Çin Cumhuriyeti, Tunus, Türkiye, Ukrayna, Özbekistan, Vietnam ve Zambiya olmak üzere 61 ülke katılım gerçekleştirdi.

#### Countries with participation

There were 61 countries that participated in the fair including Albania, Angora, Australia, Austria, Belgium, Bosnia and Herzegovina, Brazil, Bulgaria, Canada, China, Cyprus, Croatia, Egypt, United Arab Emirates, Philippines, Finland, France, Germany, Japan, United Kingdom, Greece, India, Iran, Ireland, Israel, Italy, Jordan, Lebanon, Northern Macedonia, Morocco, Mexico, Namibia, Norway, the Netherlands, Oman, Pakistan, Palestine, Poland, Portugal, Czech Republic, Republic of Korea, Dominican Republic, Slovakia, Romania, Russia, San Marino, Serbia, Singapore, Slovenia, Spain, the United States, South Africa, Sweden, Switzerland, Taiwan, Republic of China, Tunisia, Turkey, Ukraine, Uzbekistan, Vietnam and Zambia.



#### Bezay ve açık griler moda olmaya devam ediyor

Marmomac adeta, doğal taş trendlerine dair ipuçlarının verildiği bir moda defilesi. Gelecek yılın moda rengine dair bilgilerin edinildiği Marmomac'ta geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi yine bezay ve gri renkler ön plandaydı. Rengarek taşların ve ürünlerin sergilendiği fuarda bezay ve açık gri taşlar, yoğunlukla ile yine dikkat çekti.

#### White and light grays continue to be fashionable

Marmomac is a fashion show where hints of natural stone trends are given. Like the previous years, white and grey were popular in Marmomac, where information about the fashion color of next year was obtained. White and light gray stones drew attention at the fair where stones and products of many colors were exhibited.



#### Teknolojiye büyük ilgi

Mermir ile yapılan benzersiz tasarımsal ürünlerin sergilendiği Marmomac Fuarı aynı zamanda son teknolojik ürünlerin de görücüye çıktı önemli bir organizasyon. Geçen yıllarda olduğu gibi fuarın makine halleri, yine muazzam bir kalabalığa sahne oldu.

#### Great interest in technology

Marmomac Fair, where unique designer marble products is exhibited, is an important organization. As in the previous years, the machine halls of the fair witnessed a tremendous crowd.



**Fuarın en merak edilen hollü**

Kuşkusuz ki Marmomac Fuarı'nın en merak edilen ve dikkat çeken hollerinin başında Sanat Hollü olarak adlandırılan 'İtalyan Taş Tiyatrosu' geliyor. Her yıl doğal taş ile yapılan birbirinden büyüü tasarımların sergilendiği İtalyan Taş Tiyatrosu, bu kez de göz kamaştırdı. Bu senenin teması ise 'Doğallık' oldu. Tasarımlar ise temaya uygun olarak, bitkisel ve mineral dünyalar arasındaki bağlantıya işaret eden yeşil bir senaryoda kurgulandı. Ünlü tasarımcılar tasarımlarını, en modern işleme teknikleriyle israfı azaltarak ve çevreyi korumaya da dikkat ederek gerçekleştirdi.

**The most remarkable hall of the fair**

Undoubtedly one of the most remarkable and interesting halls of Marmomac Fair is the 1st hall called the Art Hall. The art hall, where magical designs made with natural stone are exhibited each year, has made a spectacular appearance this time. The designs, which were made in accordance with the theme 'Naturalness', were designed in a green scenario pointing to the connection between the plant and mineral worlds. Famous designers designed their designs with cutting-edge processing techniques by considering the waste reduction and environment protection.



**Doğal taştan neler yapımız ki?**

Doğal taş sadece yer ve duvar kaplamasında mı kullanılır? Artık bu algı çoktan kırıldı. Mermerin adeta bir kumaş gibi kullanıldığı, birbirinden gösterişli ve estetik tasarımların sergilendiği Marmomac Fuarı tasarımın, sanatın ve inovasyonun ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gözler önüne serdi.

**Anything can be made of natural stone?**

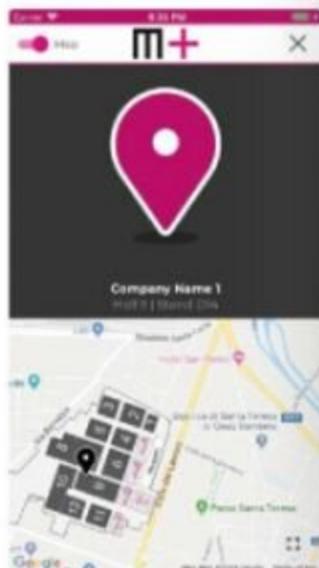
Is natural stone used only for floor and wall covering? This perception is already refuted. Marmomac Fair, where marble is used as a fabric and aesthetic designs are exhibited, showed the importance of design, art and innovation once again.

**Marmomac artık daha dijital**

Bilirsiniz her fuarda mutlaka danışma masaları vardır. Ve burada görevli arkadaşlar çoğunlukla, "A firması nerede, nasıl gidebilirim?" sorularını ile karşılaşırsınız. Özellikle büyük fuarlarda bir holü veya firmayı bulmak bazen gerçekten zor olabiliyor. Marmomac Fuarı geliştirdiği mobil uygulaması ile katılımcıların fuar deneyimlerini kolaylaştıran bir deneyime imza attı. Mobil işletim sistemleri üzerinden çalışabilen uygulama hem konum hem de çevrimiçi katalog işlevine sahip. Marmomac Fuarı tarafından geliştirilen uygulamayı indiren kullanıcılar hem katılımcı firmaların fuar içerisindeki konum bilgisine hem de ürün fotoğraflarına, şirket profiline ulaşabildiler.

**Marmomac is now more digital**

You know, there are always information desks at every fair. People generally ask "Where is the company A, how can I go there?" questions. Especially at large fairs it is sometimes difficult to find a hall or a company. Marmomac Fair facilitated exhibitor experience with its mobile application. The application, which can run on mobile operating systems, has both location and online catalog functionality. Users who downloaded the application developed by Marmomac Fair were able to access both the location information, product photos and company profile of the participating companies.

**Fuarın yıldızı: Arslanlar Marble ve Lion Stone Art**

İtalya'nın Verona şehrinde 54.sü gerçekleştirilen, en büyük doğal taş, dizayn, teknoloji ve ticaret fuarı olan Marmomac'ta Arslanlar Marble ve Lion Stone Art rüzgarı esti. Fuar'daki muhteşem standı ile sergi alanındaki 1.650'den fazla kurumsal stand içerisinde ürünlerinin görsel benzersizliği ve tasarım kalitesi ile yoğun bir ilgi gördü.

Arslanlar Marble ve Lion Stone Art'ın 54. Marmomac fuarındaki başarısını bununla da sınırlı kalmadı: Fuar organizatörlerinin ünlü İtalyan tasarımcılarla birlikte hazırladıkları seçkin tema sergisi için seçilen birkaç üreticiden biri olması da başardı. Her yıl gerçekleştirilen Marmomac Fuarları'nın her birinde, organizasyon komitesi tarafından belirlenen o yılın temasına uygun özel bir sergi alanı oluşturmak için ünlü tasarımcılar ve seçkin ürünler ile çalışılmaktadır. Bu yılki çalışmada Arslanlar Marble ve Lion Stone Art (günlere de bu elit sergiye dahil edildi). Bu yılki fuarın tema sergisi için ikinci kez davet edilen ünlü küratör ve tasarımcı Mimar Giorgio Canale, sunuları şöyleledi:

**Star of the fair: Arslanlar Marble and Lion Stone Art**

The Arslanlar Marble and Lion Stone Art attracted the attentions at the 54th Marmomac, the biggest natural stone, design, technology and trade fair held in Verona, Italy. Arslanlar attracted a great deal of attention with its magnificent booth, with the visual uniqueness and design quality of its products among more than 1,650 stands in the exhibition area. Arslanlar Marble and Lion Stone Art's success at the 54th Marmomac fair was not limited to this; it was also one of the few producers selected for the exhibition of the distinguished theme organized by the fair organizers together with the famous Italian designers. At each of the Marmomac Fairs held every year, renowned designers work with distinguished products in order to create a special exhibition space in line with the theme of the year, determined by the organizing committee. Arslanlar Marble and Lion Stone Art were also included in this year's work. Famous curator and designer Architect Giorgio Canale, invited for the second time this year's theme exhibition, said:



#### Çok özel bir taş

"Bu sene, fuar organizatörlerince önerilen tema olan "doğa", bizde yeni tasarım fikirleri oluşturdu. İç tasarım konusunda uzman bir Amerikan firması olan Bianco Bianco ve doğal taş işleme ve pazarlama alanlarında ünlü ve saygın bir İtalyan firması olan A.A.T.C. ile beraber çalıştık. Bu çalışmada biz işin kökenine geri döndük. Yani, doğal taşı sadece kaplama veya dekorasyon malzemesi olarak değil, eskisi gibi yeniden yapı malzemesi olarak düşündük. Gerçekten de fiziksel ve teknik özelliklerine göre doğal taş, çok uygun bir yapı malzemesidir. İkonografik araştırmama geri döndüğümde, ilhamımı klasik çift T formundaki İPE çelik kirişlerin şeklinden aldım. Bu form; metal yapılar için bir ikonudur ve bu noktada düşündüm ki:

#### A very special stone

"This year, the theme "nature" proposed by the fair organizers, created new design ideas for us. We worked with Bianco Bianco, an American company specialized in interior design, and A.A.T.C., a renowned and respected Italian company in natural stone processing and marketing. In this study we have returned to the origin of the work. So, we thought of natural stone not only as a coating or decoration material, but as a building material as before. Indeed, according to its physical and technical characteristics, natural stone is a very suitable building material. Back in my iconographic research, I was inspired by the shape of the classic double T form of İPE steel beams. This form; is an icon for metal structures and at this point I thought:



#### Neden kirişin kendisini doğal taştan yeniden oluşturamayalım?

Bu noktada seçtiğimiz taş; çok özel bir taş olan Arslanlar Marble'in "Autumn Grey" oldu. "Autumn Grey", A.A.T.C. firması için Arslanlar Marble mermer ocaklarının özel olarak üretilip tedarik ettiği materyallerden özel olarak seçilen çok özgün bir türünün adıdır. Çok özel bir materyaldir, çünkü karakteristikleri sebebiyle, bir fosil gibi, bir ağaç parçası gibi görünmektedir. Bu yüzden aynı zamanda bu doğa fikri, gerçekten bir ağaç parçası veya bir yaprak gibi görünen materyalin kendisinin dokusundan ve ilhamından ortaya çıkarılır."

#### Why not rebuild the beam itself from natural stone?

The stone we chose at this point was "Autumn Gray" of Arslanlar Marble, which is a very special stone. "Autumn Gray" for A.A.T.C. Company is the name of a very original type specially selected from the materials produced and supplied by Arslanlar marble quarries. It is a very special material. Because of its characteristics, it looks like a fossil, like a piece of wood. Therefore, at the same time, this idea of nature emerges from the texture and inspiration of the material itself, which really looks like a piece of wood or a leaf."



Tema sergisi için sanatsal olduğu kadar fonksiyonel de bir çalışma üretmek isteyen ünlü tasarımcı, seçtiği doğal taş olan "Autumn Grey" ve bu malzemeyle oluşturacağı kiriş formu ile bir Şarap Bar tasarlamaya karar verir. Tüm çelik kiriş formları "Autumn Grey" bloklarından üretilip masa olarak kullanılırken, sandalyelerin oturma kısımları için de aynı taş tercih edildi ve görsel bir bütünlük sağlandı. Ünlü tasarımcı, oluşturduğu 3 büyük ve geniş kirişli Şarap Bar'ı olacak yere asimetrik biçimde yerleştirerek; görselliği ve fonksiyonelliği harmanladığı muhteşem bir sanat eseri ortaya koymayı başardı ve katılımcıların yoğun ilgisiyle karşılaştı.

#### Seçkin projelerde

İtalyan A.A.T.C. firmasının YK. Başkanı ve aynı zamanda mimar olan Walid Latif ise, "Bu senenin temasına uygun bir materyal olan Arslanlar Marble'in Autumn Grey taşınyı kullandık. Biz bu materyali özgün deseni ve renkleri ile doğaya ve doğala daha yakın olabilmeye hedefli için tercih ettik. Autumn Grey'in önmümüzdeki yıllarda pek çok özgün ve seçkin projede artarak kullanılacağını düşünüyorum" dedi.

The famous designer, who wants to produce an artistic as well as functional work for the theme exhibition, decides to design a Wine Bar with the natural stone of his choice "Autumn Gray". While all steel beam forms are produced from Autumn Gray" blocks and used as tables, the same stone was preferred for the seating areas of the chairs and a visual integrity was achieved. Famous designer asymmetrically placed 3 large and wide beams to the Wine Bar; He succeeded in creating a magnificent work of art where he blended visually and functionality and met with great interest from the participants.

#### Autumn Gray will take place in Exclusive Projects

President of Italian A.A.T.C. Company and architect Walid Latif, said, "We used the Autumn Gray stone of Arslanlar Marble, a material suitable for the theme of this year. We have chosen this material in order to be closer to nature and the natural thanks to its original pattern and colors. I think Autumn Gray will be increasingly used in many original and distinguished projects in the coming years."



Haberin videosu için  
TARATIN  
SCAN for video of news





## Demmer Mermer'in yeni ürünü İtalya'da tam not aldı

Türkiye'nin önde gelen mermer şirketlerinden Demmer Mermer, Dolamit ürününü fuar kapsamında ilk kez görücüye çıkardı. İşlenmiş ve blok doğal taşlarını sektör profesyonellerin beğenisine sunan Demmer Mermer, Gri Emperador ve Denizli Traverten ürünleriyle Türk doğal taş sektörünün gücünü de ortaya koydu. Sektörün önemli temsilcisi olarak İtalya pazarından pay almak için çalışmalarını dile getiren Demmer Mermer Yönetim Kurulu Üyesi Ekrem Demirel, "Demmer olarak oldukça yoğun bir fuar geçirdik. Sektörün en önemli buluşma platformu olan Marmomac, bizim için önemli bir fuar. Aslına bakarsanız markaların ürünleriyle boy gösterdikleri tasarım odaklı bir ortam. Böylesine önemli bir buluşma noktasından marka olarak Dolamit ürünümüzü ilk defa görücüye çıkardık. Ve çok güzel dönüşler aldık. Biz biliyoruz ki sektörde farklılaşmanın yolunu açan Ar-Ge ve inovasyon. Bu bakış açısıyla Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarımızı, faaliyetlerimizin temelini alıyoruz. Ocaklarımızdan çıkardığımız yüksek katma değerli ürünleri ihrac ederek bir yandan dünya pazarındaki konumumuzu pekiştirmekte diğer yandan da ihracat geliriyle ülke ekonomisine önemli katkıda bulunuyoruz" dedi.

## Demmer Marble's new product has won recognition in Italy

Turkey's leading marble company Demmer Marble, showcased its Dolomite product for the first time in Italy Marmomac Fair. Demmer Marble, which offers processed and block natural stones to the sector professionals, also demonstrated the power of Turkish natural stone sector with its Gray Emperador and Denizli Travertine products. Ekrem Demirel, Member of the Board of Directors of Demmer Marble, stated that they are working to get a share from the Italian market as an important representative of the sector and said, "As Demmer, we had a very busy fair season. Marmomac, the most important meeting platform of the sector, is an important fair for us. In fact, it is a design-oriented environment in which brands display their products. We introduced our Dolamit product for the first time at Marmomac. Moreover, we got some nice feedbacks. We know that R & D and innovation pave the way for differentiation in the sector. With this perspective, we carry out our R & D and innovation efforts based on our activities. We contribute to the national economy by exporting high value-added products that we extract from our quarries, while reinforcing our position in the world market.

**Hurok Mermer****Ahmet Kavas**

Fuara 12 yıldır aralıksız katılıyoruz. Bundan 3-4 yıl önce fuar, daha hareketliydi. Geçen seneye göreye kıyaslarsak ise bu sene fuar daha iyi. Hem yeni hem eski müşteriler ile görüşme şansımız oldu. Ağırıklık olarak İsrail, Hindistan ve Çin'den gelen müşteriler standımızı ziyaret ettiler. Hedef pazarımız Avrupa olduğu için, o pazarda biraz sönük kaldı. Arap ülkelerinden de gelen göremedik. Standımızda mevcut ürünlerimiz ile birlikte yeni açtığımız ocağımızın ürünleri Lady White, Lady Grey, Soa White ve Lumi White, yeni yüzey işleme uygulamalarını, mozaiklerimizi sergiledik. Olumlu geri dönüşler aldık.

**Hurok Marble**

*We have been attending the fair for 12 years. 3-4 years ago, the fair was more active.*

*Compared to the last year, the fair is better this year. We had the chance to meet both new and old customers. Customers from mainly Israel, India and China visited our booth. Since our target market is Europe, it was a bit dull in that market. And we saw no customer from Arab countries. We exhibited our current products and the products of our new quarry Lady White,*

*Lady Gray, Soa White and Lumi White, as well as our new surface processing applications and mosaics. We got positive feedbacks.*

**Şenler Mermer****Mehmet Şen**

Marmomacc Fuarındaki 3. yılımız. Bu sene bireysel katılım gerçekleştirdik. Böylece daha esnek ve taşlarımızı istediğimiz gibi sergileyebileceğimiz bir stand tasarlayabildik. Fuarda ürün gamımıza yeni eklediğimiz Crema Dena, Golden Tobacco, Golden Night ve Caribbean Grey taşlarımızı da sergiledik. Olumlu tepkiler aldık. Yeni müşteriler ile tanışma fırsatı yakaladık. Dünyanın her yerinden ziyaretçiler vardı. Özellikle Avrupa, Uzak Doğu, Güney Amerika'dan gelen müşteriler standımızı ziyaret ettiler. Bizim açımızdan fuar verimli geçti ancak daha iyi olabilirdi. Şöyle bir gerçek var ki, artık fuarların eskisi kadar etkisi ve heyecanı yok. Bunu her yıl hissediyoruz. İnsanlar artık farklı kanallardan birbirleri ile iletişim kuruyorlar. Ayrıca sektör olarak ürün sergileme yöntemimizi değiştirmemiz gerekiyor. Tasarım ağırlık vermelidir.

**Şenler Marble**

*This is our 3rd year at Marmomacc. This year we individually participated. Thus, we were able*

*to design a booth that was more flexible and where we could display our stones as we wanted. We also exhibited our new Crema Dena, Golden Tobacco, Golden Night and Caribbean Gray stones. We got positive feedback.*

*We had the opportunity to meet new customers. There were visitors from all over the world. Customers from Europe, Far East and South America visited our booth. For us, the fair was fruitful, but it could have been better. It is a fact that fairs do not have as much effect and excitement as before. We feel it every year. People now communicate with each other through different channels. We also need to change the way we exhibit products as a sector. We should focus on the design.*

**Efendioğlu Mermer****Alper Efendioğlu**

Fuara yaklaşık 15 yıldır katılıyoruz. Genel anlamda fuarlarda özellikle son 4-5 yıldır bir düşüş gözlemleniyor. Fuarların pazarlama içindeki ağırlığının eskisi kadar güçlü olmadığını, bu pazarlamaların elektroniğe kaydığını ve bu sebepten düşüş yaşandığını düşünüyorum. Marmomacc Fuar'ını geçen yıl ile kıyaslayacak olursak aynı derecede olduğunu söyleyebilirim. Ağırıklık olarak Singapur, İngiltere, Rusya ve İtalya'dan gelen müşteriler standımızı ziyaret ettiler.

**Efendioğlu Marble**

*We have been attending the fair for about 15 years.*

*In general, a decrease has been observed in fairs in the last 4-5 years. I think that the effect of the fairs in the marketing is not as strong as before, that these marketing shifts to electronics and that is why there is a decline.*

*Comparing Marmomacc with last year, I can say they are the same. Customers mainly from Singapore, England, Russia and Italy visited our booth.*

**Stoneline****Alper Ozuloğul**

Marmomacc Fuarı'nın'daki 4. yılımız. Son dört yılda en fazla ziyaretçiye bu sene ulaştık. Özellikle Amerikalı müşterileri sayısında yoğunluk vardı. Bunun sebebinin, Çin'e uygulanan vergi olduğunu tahmin ediyorum. Sırası ile Rusya, Avustralya ve Amerika'dan çok yoğun ziyaretler aldık. Orta Doğulu ise yok denecek kadar azdı. Fuarda 12 ürün sergiledik. Bu ürünler içerisinde 10 ürünümüzü ilk defa Marmomacc Fuarı'nda görücüye çıkardık. Özellikle Galapagos, Carrara'ya alternatif taşımız Bianca Luce, Dream River ve Metallicus Breccia'dan çok olumlu geri dönüşler aldık. Fuar geçen yıllara oranla bizim için iyi geçti. Fuardan yaklaşık 15 gün önce sosyal medyada tanıtımlara başladık. Onun da çok faydasını olduğunu gördük. Daha önce de bu tarz tanıtımlar yapıyorduk ancak bu kadar aktif değildik. Türk taşlarının da bilinirliği artıyor. Bunun için Birlikler eskiye göre daha aktifler. Şehir içerisinde İzmir MARBLE Fuarı ile ilgili etkileyici afiş tanıtımlar görmek güzeldi. Ancak tanıtım konusunda daha farklı çalışmalar yapılması gerektiğini düşünüyorum. Bu konuda İtalyanlar tüm dünya için ciddi bir satın alma kültürü oluşturdular. Örneğin Carrara İtalyan Ticaret Odası farklı ülkelerden alıcıları getirip ocakları gezdirdi, tanıtımlar yaptı. Yanlış hatırlıyorsam ocakta da konser verildi. Böylece hem taşını, hem tarihini, hem doğasını, hem de kültürünü tanıtmış oldu. İnsanlar bu anları sosyal medyada paylaştı. Böylece etkinlik sadece orada olanlar ile sınırlı kalmayıp, bir çok insana yayıldı. Biz de bu tarz çalışmalar yaparsak çok ciddi döviz getirebilir, hem fuarımızı, ülkemizi, hem de taşımızı tanıtmış oluruz. Çok büyük bir potansiyelimiz var ancak gerekli yerlere bunu iletemiyoruz. İtalyanlar bunu çok iyi yapıyorlar.

**Stoneline**

*This is our 4th year at Marmomacc. This year, we reached the highest number of visitors. Especially the number of American customers was high. I'm guessing the reason for this is the tax on China. We received intensive visits from Russia, Australia and America respectively. Almost no customer from the Middle East. We exhibited 12 products at the fair. Among these products, we exhibited our 10 products for the first time at Marmomacc Fair. In particular, we received very positive feedback for Carrara, Bianca Luce, Dream River, Metallicus Breccia and our alternative to Galapagos. Fair was good for us compared to last years. About 15 days before the fair, we started introducing ourselves on social media. We have seen that it is very useful. We used to introduce ourselves before, but we weren't that active. Turkish stones are also becoming popular. For this, the Unions are more active than before. It was nice to see impressive posters about the İzmir MARBLE Fair in the city. However, I think that different strategies should be used for promotion. In this regard, Italians created a serious purchasing culture for the whole world. For example, the Italian Chamber of Commerce of Carrara brought buyers from different countries and visited the quarries and made presentations. If I remember correctly, a concert was held in the quarry. Thus, it introduced both its stone, its history, its nature and its culture. People shared these moments on social media. Thus, the activity was not limited to the ones there, but spread to many people. If we do this kind of work can attract very serious amount of foreign currency, and we introduce our fair, our country, as well as our stone. We have a lot of potential, but we can't show it where necessary. The Italians do it very well.*

**Alacakaya Mermer****Ragıp Cemil Yaşlı**

Marmomacc'a 2000 yılından beri katılıyoruz. Fuar özellikle 2018 yılında düşüğe geçti. Bu yıl ise geçen yıla oranla çok olmasa da bir hareketlilik var. Dünya genelinde yaşanan bir kriz var. Bu sadece doğal taş sektörünü değil tüm sektörleri etkiliyor. Umarım hepimiz güzel günler görürüz. Çok fazla mimar gelmiyor. Burası tam anlamıyla prestij fuarı. Satış olsa da olmasa da bu fuara katılmak zorundayız. Neredeyse bütün ülkelerden ziyaret edenler oldu. Avrupa, Amerika, Rusya'dan gelenler oldu. Hintli müşteriler, Çinlilere göre daha yoğundu. Fuarda internet sıkıntısı vardı. İzmir'de böyle bir şey yaşansaydı kıyamet kopardı. Burada kimsenin sesi çıkmıyor.

**Alacakaya Marble**

*We have joined Marmomacc since 2000. The fair started to decline especially in 2018. This year is just a bit more vivid than the last year. There is a global crisis. This affects not only the natural stone sector but all sectors. I hope we all see good times. Not many architects attend. This is literally a prestige fair. We have to participate in this fair, with or without sales. There were visitors from almost all countries. They came from Europe, America and Russia. Indian customers outnumbered the Chinese. There was an internet problem at the fair. If there had been such a thing in İzmir, there would be a trouble. Nobody complains here.*

### Arsıanlar Mermer Hasan Arslan

Pazarda genel anlamda bir durğunluk var, bunu biz de yaşadık. Standımızın Brezilya holünde olması, taşlarımızın görülməsi açısından bize avantaj sağladı. Firma olarak hedefimiz her zaman doğru müsterilerle çalışmaktır. Her zaman kontrollü gitmeye çalışıyoruz. O yüzden tonajlarımızı biraz düşürdük. İtalya'nın en iyi marka değerine sahip firmalarında taşımızın yer almasının olumlu yansımalarını, Avrupa Pazarında gördük. Bu da taşımızın marka bilinirliğini ve değerini artırdı. Bu sene en büyük etkiyi de İzmir Marble Fuarı'nda tanıştığımız A.A.T.C. Firması ile sağladık. İtalya pazarındaki kapıyı ise bize açan Antolini Luigi çalışmaları vesilesi ile oldu. Böylece diğer firmalar bizden taş talep etmeye başladı. Bu sene Marmomacc Fuarı'nın sanat galerisinde bulunan Amerikan Bar dediğimiz masaların firmamızın taşı ile yapılması bizim için büyük bir mutluluk ve gurur oldu.



### Gülmer Mermer Ömer İrmak

Gülmer Factory olarak Verona Fuarı'na ikinci kez katılıyoruz. Geçen sene plaka ve ebatlı üretimine başlamış olduğumuz fabrikamızdan çok güzel geri dönüşler alıyoruz. İşlenmiş doğal taş ihracatımız her geçen gün artarak devam ediyor ve portfolyomüze yeni örnekleri ekliyoruz. Verona Marmomacc gibi prestijli fuarlara katılmanın büyük katkısı oluyor. Fakat sadece fuara katılmakla olay bitmiyor. Ziyaretçiyi standı çekebilme ve sonrasında takibini yapmak çok önem arz ediyor. Türkiye olarak rezervlerine sahip olduğumuz kaliteli ve çok çeşitli doğal taşlarımızı stand sunumlarımızda daha gösterişli, mimari ve tasarım uygulamak gösterişek, Türkiye ve firma olarak bizlere markalaşma yolunda katkı sağlar. Sektördeki öncükleri ve yenilikleri takip ederek uyguladığımızda görüyorsunuz, üretimin abl seleksiyondaki taşları da bizlere değerlendirme imkanı sunuyor. Böylelikle katıldığımız fuarlarda projelerin, mimarların gözünde aranan firma olma yönünde ilerleriz diye düşünüyorum. Markalaşmada Burdur'da kendi ocağımızdan ürettiğimiz Crema Kamra, Crema Liva ve Crema Alya olarak adlandırdığımız ürünlerimiz, dünya pazarında yerini almaya başladı. Marble İzmir Fuarında da yeni bir "Marka" taşımızı daha piyasaya sürülecek olmanın heyecanını içerisindeyiz. Dünya genelinde ve Türkiye için 2019 yılı kolay bir yıl olmadı. Çin ve ABD arasında yaşanan ticaret savaşları ve Brexit gelişmeleri, global piyasalarda çok büyük etki gösterdi. Bu durum da doğal taş sektörünü ciddi olarak etkiledi. Bundan sonraki süreçte öncelikli pazar çeşitliliğimizi artırmak, daha fazla katma değeri üretim yaparak kalitemizi ve markalarımızı dünyaya tanıtmak olacaktı.



### Arsıanlar Marble

*There is a general recession in the market, we have experienced it. The fact that our booth was in the Brazilian hall gave us an advantage in terms of seeing our stones. As a company, our goal is to always work with the right customers. We always try to go in a controlled manner. So, we reduced our tonnages a little. We have seen the positive reflections of the presence of our stone in the companies with the best brand value in Italy in the European Market. This increased the brand awareness and value of our stone. This year, we benefited from AATC the most, the firm which we met at İzmir Marble Fair. Antolini Luigi opened the door to us in the Italian market. Thus, other companies began to demand stones from us. It was a great pleasure and pride for us that the tables that we call the American Bar in the art gallery of Marmomacc Fair this year were made with the stone of our company.*

### Gülmer Marble

*As Gülmer Factory, we are attending Verona Fair for the second time. Last year we started to produce plates and sized stones, we get positive feedbacks. Our processed natural stone exports are increasing day by day and we are adding new countries to our portfolio. Attending prestigious fairs such as Verona Marmomacc contributes greatly. But it is not enough. It is very important to attract the visitor to the booth and to follow it. As Turkey, we have a great variety of high-quality natural stones. If we exhibit them in a more flashy, architectural and design practiced way, it contributes to branding of our firm and Turkey. When we follow the pioneers and apply the innovations in the sector, we see that the stones in the idle selection produced also allow us to evaluate. In this way, I think that in the fairs we attend, we will progress towards becoming the company popular for project designers and architects. In the branding, our products, which we produce from our own quarry in Burdur, which we call Crema Kamra, Crema Liva and Crema Alya, have started to take their place in the world market. We are in the excitement of presenting a new "Brand" stone to the market at Marble İzmir Fair. 2019 was not an easy year for Turkey and the whole world. The trade wars between China and the US and the Brexit developments had a huge impact on global markets. This situation affected the natural stone sector seriously. In the following process, our priority will be increasing our market diversity and introducing our quality and brands to the world by producing more value-added production.*





