İstanbul Oyuncak Fuarı

3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı

16 - 19 Mart 2021

FUAR SONUÇ RAPORU



- 5 KATILIMCI ÜLKE
- 131 MARKA
- 92 FİRMA VE FİRMA TEMSİLCİLİĞİ
- 1 SALON
- 5.436 M² NET ALAN

- 51 ÜLKEDEN 293 YURTDIŞI ZİYARETÇİ
- 59 İLDEN 3.030 YURTİÇİ ZİYARETÇİ

KATILIMCI İSTATİSTİKLERİ

131 Marka

5 Ülke

92 Firma ve Firma Temsilciliği

1 Salon

%44 Yeni Katılımcı

5.436 Net M²



Katılımcı Ülkeler



% 41	% 31	% 12
Düzenli Takip Ediyor	TÜYAP Aracılığıyla	İnternet

% 9	% 9	% 6
İş Çevreleri	OYDER Aracılığıyla	Sektörel Yayınlar

*Katılımcılar birden fazla alanı işaretlemiştir.

Katılımcılar Fuardan Nasıl Haberdar Oldu?



%86

FUAR MEMNUNİYETİ

%93

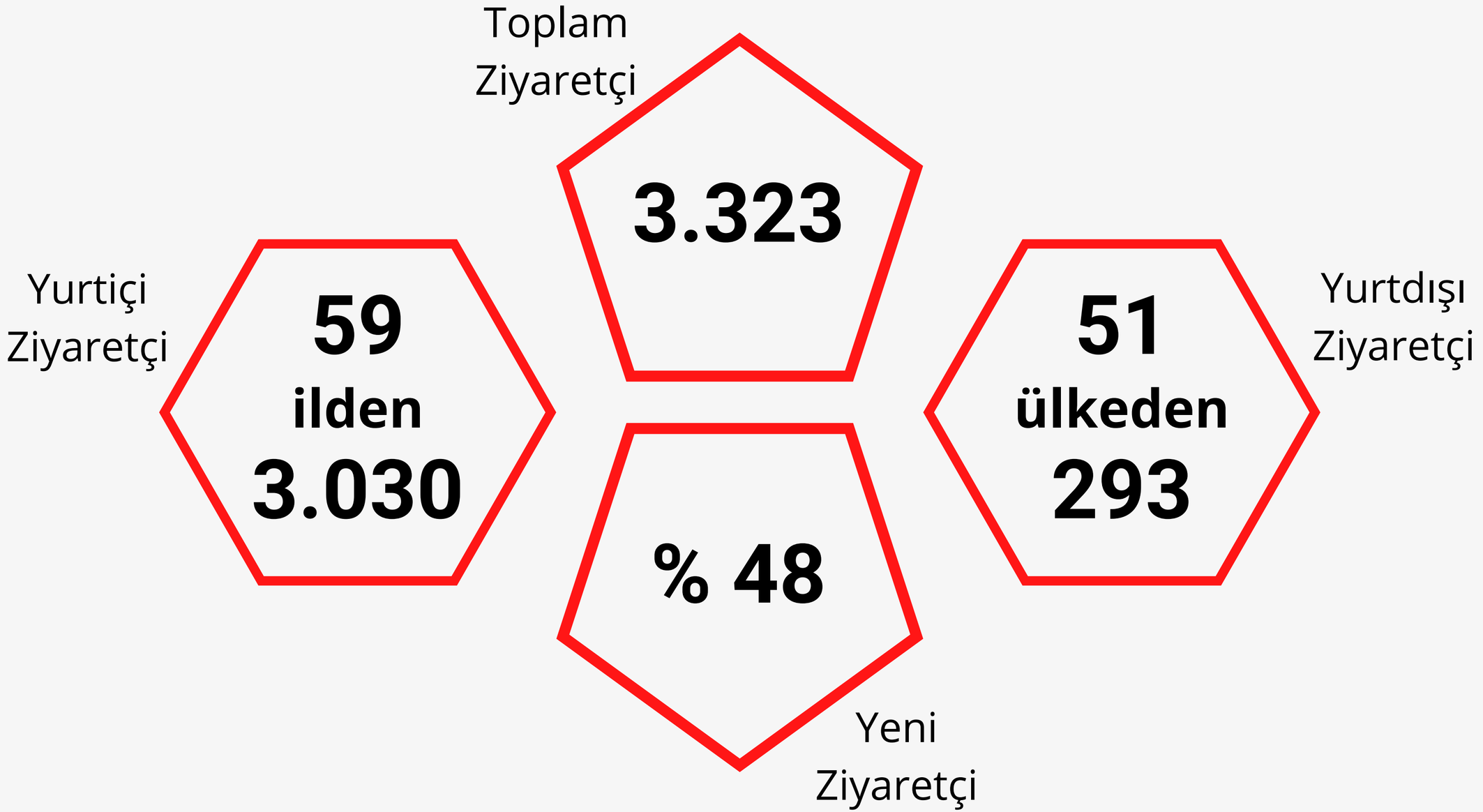
GELECEK FUARA KATILIM TALEBİ

%91

FUARI İŞ ÇEVRESİNE TAVSİYE ETME ORANI

Katılımcıların Fuar Hakkındaki Görüşleri

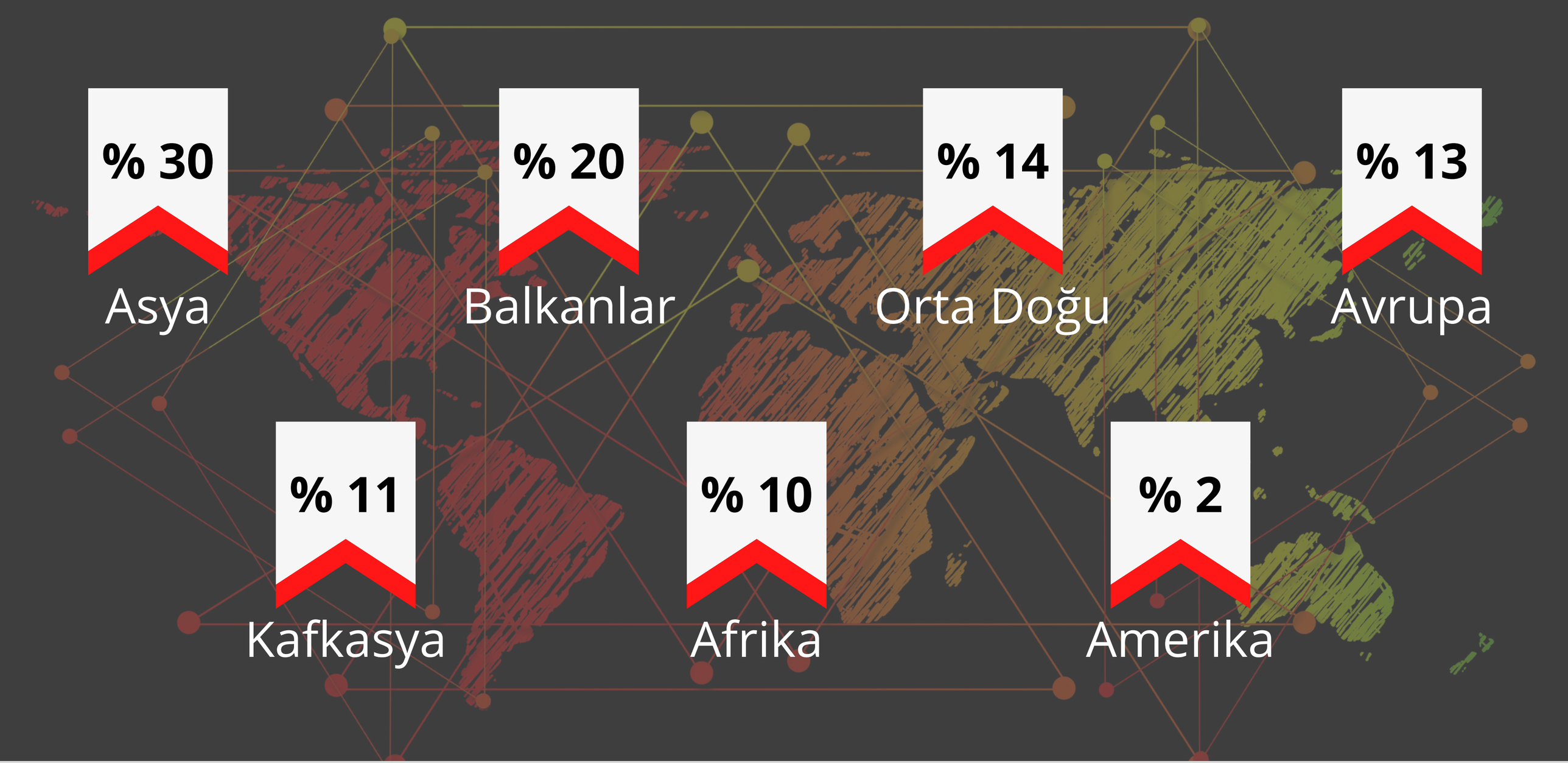
ZİYARETÇİ İSTATİSTİKLERİ



- ABD
- Afganistan
- Almanya
- Arnavutluk
- Azerbaycan
- Birleşik Arap Emirlikleri
- Bosna Hersek
- Brezilya ★
- Bulgaristan
- Çin
- Danimarka ★
- Fas
- Filistin
- Fransa
- Güney Afrika Cumhuriyeti ★
- Gürcistan
- Hırvatistan
- Irak
- İngiltere
- İran
- İsrail
- İtalya
- Kamerun ★
- Katar
- Kıbrıs
- KKTC
- Kosova
- Libya
- Lübnan
- Macaristan ★
- Makedonya
- Mali ★
- Malta ★
- Mısır
- Özbekistan
- Pakistan
- Panama
- Romanya
- Ruanda ★
- Rusya
- Sırbistan
- Somali ★
- Sudan ★
- Suriye
- Suudi Arabistan
- Tunus
- Türkmenistan
- Ukrayna
- Ürdün
- Yemen ★
- Yunanistan

★ İlk defa ziyaret eden ülkeler

Yurtdışı Ziyaretçi Ülkeler



Yurtdışı Ziyaretçi Bölgesel Dağılım

- Adana
- Adıyaman
- Ağrı
- Aksaray
- Amasya
- Ankara
- Antalya
- Aydın
- Balıkesir
- Bartın ★
- Batman
- Bilecik
- Bitlis
- Bolu
- Bursa
- Çanakkale
- Çorum
- Denizli
- Diyarbakır
- Düzce
- Edirne
- Elazığ
- Erzurum
- Eskişehir
- Gaziantep
- Hatay
- Isparta
- İstanbul
- İzmir
- Kahramanmaraş
- Karabük
- Karaman ★
- Kastamonu ★
- Kayseri
- Kırıkkale
- Kocaeli
- Konya
- Malatya
- Manisa
- Mardin ★
- Mersin
- Muğla
- Muş
- Niğde
- Ordu
- Osmaniye ★
- Rize
- Sakarya
- Samsun
- Sinop
- Sivas
- Şanlıurfa
- Tekirdağ
- Tokat
- Trabzon
- Uşak
- Van
- Yalova
- Zonguldak

★ İlk defa ziyaret eden iller

Yurtiçi Ziyaretçi İller



Yurtiçi Ziyaretçi Bölgesel Dağılım



% 44

İş Çevreleri

% 27

İnternet

% 21

Düzenli Takip Ediyor

% 21

Mailing / E-Bülten

% 19

Sosyal Medya

% 8

Geleneksel Medya

% 8

Sektörel Yayınlar

% 4

Diğer

*Ziyaretçiler birden fazla alanı işaretlemiştir.

Ziyaretçiler Fuardan Nasıl Haberdar Oldu?

% 48
Üretici / İmalatçı

% 23
Perakende Satış Noktası

% 21
Toptancı

% 17
İhracatçı

% 13
İthalatçı

% 10
Danışmanlık ve Eğitim

% 8
Hizmet Sağlayıcı

% 6
Distribütör

% 2
Bayi / Franchise

% 2
Hammadde Tedarikçisi

% 2
Kamu Kurumu / Dernek / STK

*Ziyaretçiler birden fazla alanı işaretlemiştir.

Ziyaretçi Firmaların Faaliyet Türü

% 40

Oyuncak Toptancı ve Perakendecileri

% 15

Kırtasiye Toptancı ve Perakendecileri

% 9

Zincir Mağazalar ve Marketler

% 9

Bebek ve Çocuk Ürünleri ve Tekstil Mağazaları

% 7

Eğitim Kurumları

% 5

Reklam, Promosyon, Organizasyon Firmaları

% 4

Lüks Tüketim ve Hobi Mağazaları

% 3

Yayınevleri ve Kitabevleri

% 2

Eğlence Merkezleri ve Müzeler

% 2

Hastaneler, Sağlık Kuruluşları, Eczaneler

% 1

Medya ve Basın Kuruluşları

% 1

Spor Malzemeleri Mağazaları

% 1

Lisans Dağıtım Firmaları

% 4

Diğer

Ziyaretçi Firmaların Faaliyet Alanı

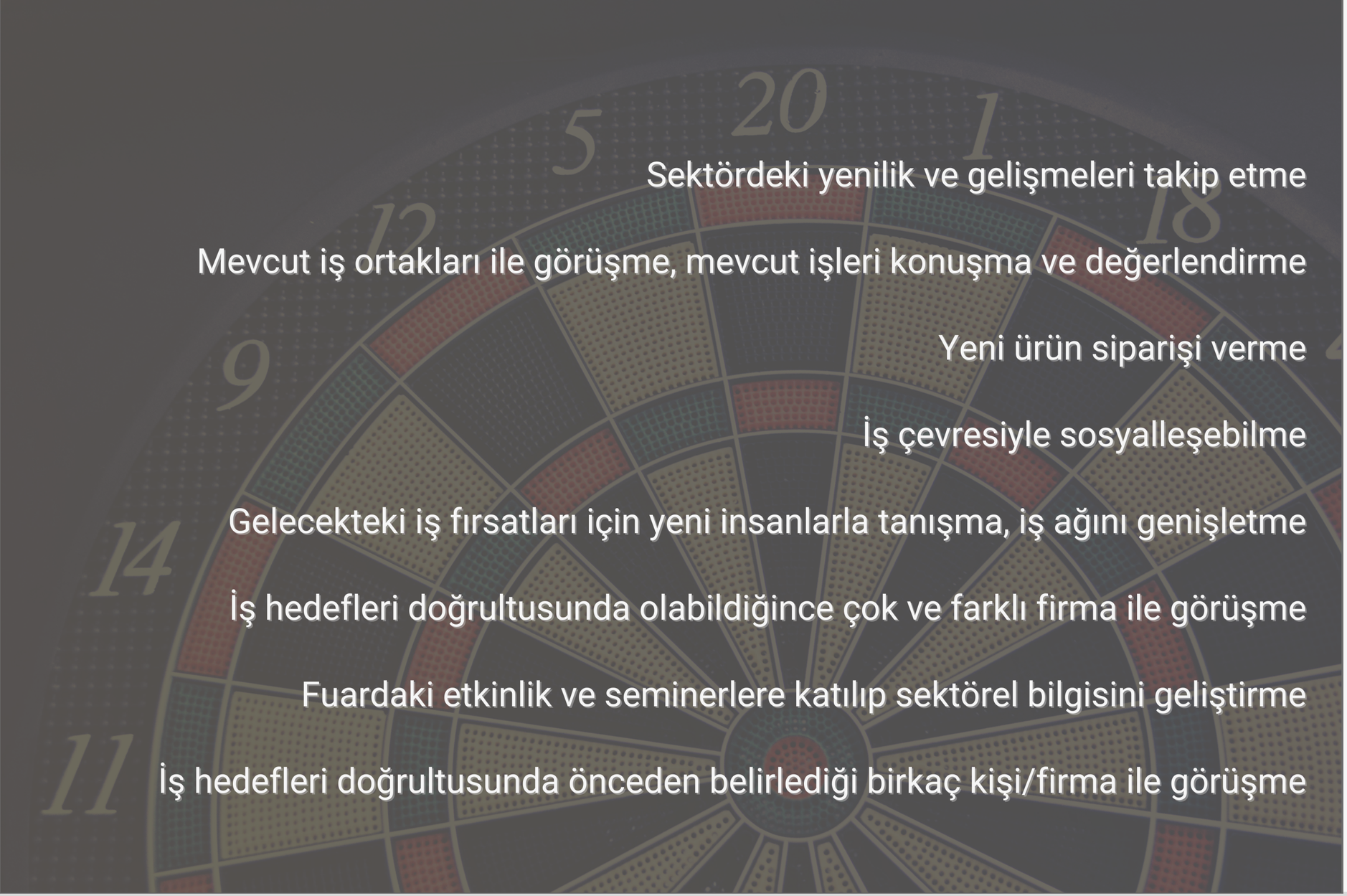
Meslek Grupları

% 48	Kurumsal Çalışan
% 18	Perakendeci
% 13	Girişimci / Tüccar
% 13	Serbest / Freelancer
% 10	Toptancı

Firmadaki Görevleri

Müdür / Yönetici	% 49
Direktör / Koordinatör	% 21
Firma Sahibi / Kurucu / Ortak	% 15
Genel Müdür	% 5
CEO/CFO/CMO/CTO	% 3
Genel Müdür Yardımcısı	% 3
Uzman / Personel	% 3

Ziyaretçilerin Meslek Grupları ve Görevleri



Sektördeki yenilik ve gelişmeleri takip etme	% 50
Mevcut iş ortakları ile görüşme, mevcut işleri konuşma ve değerlendirme	% 46
Yeni ürün siparişi verme	% 44
İş çevresiyle sosyalleşebilme	% 42
Gelecekteki iş fırsatları için yeni insanlarla tanışma, iş ağını genişletme	% 38
İş hedefleri doğrultusunda olabildiğince çok ve farklı firma ile görüşme	% 35
Fuardaki etkinlik ve seminerlere katılıp sektörel bilgisini geliştirme	% 21
İş hedefleri doğrultusunda önceden belirlediği birkaç kişi/firma ile görüşme	% 15

Ziyaretçilerin Fuarı Ziyaret Amacı









Bebekler, Arabalar, Peluş Oyuncaklar .....**% 23**

Bebek Oyuncakları ve Araçları .....**% 21**

Elektronik Oyuncaklar .....**% 20**

Okul Araç Gereçleri ve Zeka Geliştirici Oyunlar .....**% 9**

Model Oyuncaklar .....**% 7**

Spor ve Outdoor .....**% 4**

Ahşap ve Naturel Malzemeli Oyuncaklar .....**% 4**

Festival ve Parti Malzemeleri .....**% 3**

Teknik Oyuncaklar .....**% 3**

Lisanslı Ürünler .....**% 2**

Hobi Malzemeleri .....**% 2**

Promosyon Oyuncak .....**% 1**

Sanatsal Ürün ve Malzemeler .....**% 1**

Ziyaretçilerin Fuarda İlgilendiği Ürün Grupları











Fuardan Fotoğraflar

YENİ NORMALİN FUARI İKİ AŞAMALI OLACAK

Pandemi nedeniyle ertelenen 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, iki aşamalı yapılacak. Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül tarihleri arasında düzenlenirken, 18-21 Mart 2021 tarihinde ise fiziki olacak.



TÜRKİYE'DE pandemiden sonra yeni nesil fuar deneyimini ilk kez yaşatacak olan 3.Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, hibrit modelde iki aşamalı gerçekleştirilecek. Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde ise fiziki fuar olarak düzenlenecek. Fuar, hibrit modeli sayesinde gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle seyahat etmek istemeyen profesyonel alıcılarla sektörün önde gelen firmalarını buluşturarak, ihracata katkı sağlayacak.

YIL BOYU KESİNTİSİZ TİCARET

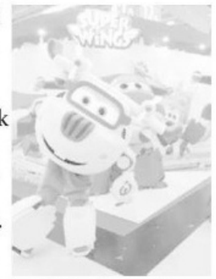
Oyun ve puzzle satışları 3 kat arttı

TÜYAP Genel Müdür Yardımcısı Yeşim Ulusoy, "Dijital dönüşüme yaptığımız yatırımlarla ticaret artık fuar alanı ve tozlı-dumanlı ortamlardan bağımsız hale geliyor. Böylece ticaret, seyahat engellerine takılmıyor, yıl boyu kesintisiz sürüyor. İş bağlantılarını sanal ortama taşıyan web siteleri-miz, katılımcılarımız dünyanın her yerinden alıcıyla doğrudan buluşturuyor." dedi.

PANDEMİ sürecinde evde çocuklarıyla birlikte ebeveynlerin daha fazla zaman geçirdiğini belirten OYDER Başkanı Esin Yürür, bu nedenle birlikte oynanabilen eğitici oyuncaklara talebin üç kat arttığını kaydetti. Yürür, "Criteo'nun yaptığı araştırmaya göre, salgında birlikte karantina sürecinin başlamasıyla birçok ebeveyn, çocuklarıyla uzun zaman geçirme fırsatı yakaladı" dedi.

Oyuncak fuarı ertelendi

3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı sektörden gelen talepler doğrultusunda hibrit olarak iki aşamalı yapılmak üzere ertelendi.2-5 Eylül tarihleri arasında İstanbul Büyükçekmece'de gerçekleşmesi planlanan 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı sektörden gelen talepler doğrultusunda hibrit olarak iki aşamalı yapılmak üzere ertelendi. İstanbul Oyuncak Fuarı'nın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihleri arasında B2B Networking Günleri olarak düzenlenecek. Fuarın ikinci bölümü ise geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021'de yüz yüze fuar olarak gerçekleştirilecek.(İHA)



Oyuncak fuarı hibrit olacak

■ Türkiye'de pandemiden sonra yeni nesil fuar tecrübesini ilk defa yaşatacak olan 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, hibrit olarak 2 aşamalı gerçekleştirilecek. İlk bölüm dijital ortamda 16-17 Eylül'de, ikinci bölüm ise geleneksel yöntemlerle 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze gerçekleşecek.

toptancılarına, bebek ürünleri ve çocuk tekstil mağazalarından eğitim kurumlarına sektörün tüm paydaşlarını buluşturacak. 7 ülkeden 89 firma ve firma temsilciliği ile 150 markanın katılımı kesinleşen fuara, 3 bininin üzerinde ziyaretçi online kayıt yaptırdı. Yeni dönemde fuarlara olan ilgi dijital uygulamalar sayesinde artacak ve kuvvetlenecek. Katılımcılar online ortamda rahatça iletişim kurabilecekler.

YENİ NORMAL DÖNEMİN FUARI

İstanbul Oyuncak Fuarı, başta katılımcılarımız olmak üzere, sektörden gelen yoğun talep nedeniyle ilk aşamalı olarak 16-17 Eylül 2020 tarihleri arasında dijital platformda, 18-21 Mart 2021 tarihleri arasında ise fiziksel olarak gerçekleştirilecek.

Fiziksel olarak geleneksel tarihinde düzenlenecek olmun, ihracatçı-lar, ithalatçılar ve önemli satıcılar fuarla-rımızdan bizi olarak yıldızlarımızın alım heyetleri, profesyonel tedarikçiler tarafından takip edilen fuarın ülkemiz üreticisi ve ihracatçılarının ticaret hacmine önemli katkılar sağlayacak, global rekabete güç katacağı düşünülüyor.

Bu yıl ilk kez hibrit modelde kurgulanan İstanbul Oyuncak Fuarında, fiziksel fuara paralel olarak gerçekleşecek alt yapı ile dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri gerçekleştirilecek. Bu süreçte gerek seyahat engeli, gerek kişisel tercihleri sebebi-le fuarı ziyaret edemeyecek profesyonel alıcılar, katılımcılar ile buluşmaya fırsatla katkı sağlanması hedefleniyor.

Hibrit olarak iki aşamalı düzenleyecek fuarda karşılıklı olarak ilana alınmış ve ödemesi tamamlanmış tüm sözleşmeler herhangi bir fark talep edilmeksizin yeni dönem için de geçerli sayılacak.

YIL BOYU KESİNTİSİZ TİCARET

TÜYAP yeni dönemde geliştirdiği etkileşimse algoritmaları sayesinde binlerce alıcıyı ve katılımcı firmaları bir araya getiriyor, yıl boyu iş bağlantıları sunuyor. Yeşim Ulusoy, yeni dönemde verdikleri hizmetleri şöyle anlatıyor: "Tüm dijital platformlarda yer alan katılımcı mağazaları, tüketici-lerimizin tüm dünyadan alıcılarla anında buluşturuyoruz. Böylece ticaret, seyahat engellerine takılmıyor, yıl boyu kesintisiz sürüyor. Web ve mobilden erişilebilen platformlarımızda fuar katılımcılarımızın ürün ve hizmetlerini sergileme imkanı veriyoruz. Akıllı B2B eşleştirme sistemimiz de onların yurtiçi ve yurtdışında ilgili alıcılara önceliyor, fuar süresiyle sınırlı olmayan değişim kanalları sunuyoruz. Fuarlardaki iş bağlantılarının sanal ortama taşıyan web sitelerimiz, katılımcılarımızı dünyanın her yerinden milyonlarca alıcıyla doğrudan buluşturuyor."

EN BÜYÜK İHTİSAS FUARI

Oyuncak sektörünün bilgisindeki en büyük ihtisas fuarı olan 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı'na oyuncak sektöründe değişen trendleri de damga vuracak. OYDER Başkanı Esin Yürür, pandeminden sonra sektörde başlayan dijitalleşme trendinin fuara yansımalarının olacağına işaret ediyor. Türkiye oyuncak pazarının 2013-2017 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 5 civarında büyüdüğünü belirten Yürür, "2019 yılında TL bazında yaklaşık %20 oranında bir artış ile saf fiyatları üzerinden 3,2 milyar TL civarında bir pazar büyüklüğüne ulaşıldı. Bu-zunda ise kur artışları nedeniyle artış gözlemedi. Rüyümüz ihraat ürünlerimiz-dan ve kurdan geldi. Ancak ithalat-tan çok düştüğü 2019 yılında yerli üreticinde önemli artışlar görüldü ve bu artış ihracata yaklaşık 40-45 milyon $ seviyesinde yansıdı. Türkiye'de 100'e yakın yerli oyuncak üreticisi faaliyet göstermiyor. Oyuncak sektöründe güncel trend, dijital dünya ile geleneksel oyuncakları entegre eden oyuncaklar... Örneğin, Lego Nitrogo ürünleri ve kart-larıyla internette de oyun oynamak mümkün. Dijitalleşme trendi, yerli oyuncak sektörünün geleceği açısından da önemli görülüyor. Bu tacrübe fazlasıyla da yansıyacağını tahmin ediyorsa" diye konuştu.



OYDER Başkanı Esin YÜRÜR

OYUN VE PUZZLE SATIŞLARI 3 KAT ARTTI

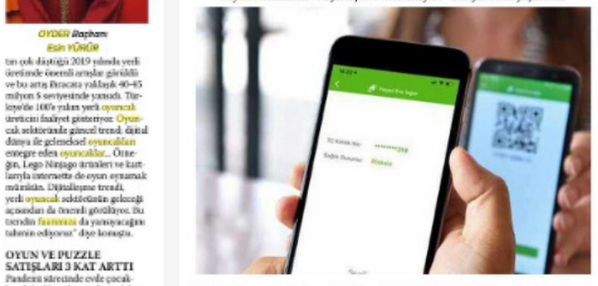
Pandemi süresinde evde çocuklarıyla birlikte ebeveynlerin daha fazla zaman geçirdiğini belirten Yürür, bu nedenle birlikte oynanabilen eğitici oyuncak , oyun ve puzzle türü ürünlere talebin arttığını söyledi. Yürür, sözlerini şöyle sürdürdü: "Küresel dijital reklam teknolojisi şirketi Criteo'nun yaptığı araştırmaya göre, Covid-19 salgınıyla birlikte karantina sürecinin başlamasıyla birçok ebeveyn, çocukları ile daha uzun zaman geçirme fırsatı yakaladı. Ayrı evin hem eğlenceli hem de eğitici olan görmeni, çocukların ailelere her kaçgi bir senaryosu olmadan eğlenceyle sonuçlanıkları, özellikle birlikte oynanabilen eğitici oyuncak ve oyun ürünleri kategorisinde yüksek bir artış görülüyor. Zira birçok ebeveyn, evde geçirilen zamanlarda işe yoğunlaşabilmek adına bu ürünlere yöneliyor."



TÜYAP Genel Müdür Yardımcısı Yeşim ULUSOY

OYUNCAK FUARI'NIN DİJİTAL BULUŞMASI TAMAMLANDI, SIRA YÜZ YÜZE FUARDA...

Yeni nesil fuar deneyimini yaşayan 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı'nın dijital olan ilk bölümü tamamlandı. İki gün süren B2B Networking Günleri'ne 20 ülkeden 120 nitelikli alıcı katıldı; 74 iş bağlantısı yapıldı. Fuarın ikinci bölümü, yüz yüze fuar olarak 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yeni normale göre gerçekleştirilecek. TSE Covid-19 Güvenli Hizmet Belgesi'ni alan ilk ve tek fuar şirketi olan TÜYAP, bu fuarda katılımcı ve ziyaretçilere "temassız fuar" deneyimini de yaşatacak.



Pandemiden sonra yeni nesil hibrit fuar deneyimini yaşayan 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı'nın dijital bölümü 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde tamamlandı. İki aşamalı düzenlenecek olan fuarın dijital platformda başarıyla gerçekleştirilen B2B Networking Günleri, dünyanın farklı ülkelerinden yüzlerce profesyonel ziyaretçiyle oyuncak sektörünün lider firmalarını buluşturdu. Böylece gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle bu dönemde seyahat etmek istemeyen alıcılarla sektörün önde firmaları teknolojinin olanaklarını kullanarak buluşturdu ve ticaret yaptılar. İstanbul Oyuncak Fuarı'nın ikinci bölümü, sektörün talebi doğrultusunda eski fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze fuar olarak düzenlenecek.

74 İŞ BAĞLANTISI YAPILDI

TÜYAP'ın (Dünya Türk Fuarcılık Yapım A.Ş.), OYDER (Oyuncakçılar Derneği) işbirliğiyle gerçekleştirdiği ilk gün süren B2B Networking Günleri'ne Tüyap yurt dışı ofislerinin de desteğiyle Rusya, Almanya, Birleşik Krallık, Bosna Hersek, Azerbaycan, Gürcistan, Çin, Bangladeş, Iran, Özbekistan, Fas, Sırbistan, Kıbrıs, Makedonya, Kosova, Hırvatistan, Mısır, Libya, Ukrayna ve Türkiyelerden olmak üzere 20 ülke, 108 firmadan 120 nitelikli alıcı, platforme aktif kullanıcıdı. 36'sı video toplantı olmak üzere 74 iş bağlantısı gerçekleştirildi. 79 katılımcı firmanın yer aldığı 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı B2B Networking Günleri'nde Pelesis, Selay Oyuncak, Zet Zeka, Global Oyuncak, Güçlü Toys, Loco, Nita, Adore Oyuncak, Erdem



OYUNCAK FUARI'NDA İLK ADIM DİJİTAL BULUŞMA

Türkiye'de pandemiden sonra yeni nesil fuar deneyimiyle hayata geçecek olan 3'üncü Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, hibrit modelde iki aşamalı düzenlenecek. Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020'de B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021'de yüz yüze fuar olarak düzenlenecek. Fuar, hibrit modeli sayesinde gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle seyahat etmek istemeyen profesyonel alıcılarla sektörün önde gelen firmalarını buluşturarak, ihracata katkı sağlayacak.

Pandemide oyuncak satışları rekor yaptı

Pandemi sürecinde evde çocuklarıyla birlikte ebeveynlerin daha fazla zaman geçirdiğini belirten Yürür, bu nedenle oyuncak ve oyun ürünlerine talebin artığını söyledi.

EDİBE ATAK

İSTANBUL- Türkiye'de pandemiden sonra yeni nesil fuar deneyimiyle hayata geçecek olan 3.Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, hibrit modelde iki aşamalı düzenlenecek. Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze fuar olarak düzenlenecek. Fuar, hibrit modeli sayesinde gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle seyahat etmek istemeyen profesyonel alıcılarla sektörün önde gelen firmalarını buluşturarak, ihracata katkı sağlayacak.

Pandemi nedeniyle 3. Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuar, bu yıl ilk kez hibrit modelde gerçekleştirecek. TÜYAP'ın (Dünya Türk Fuarcılık Yapım A.Ş.), OYDER (Oyuncakçılar Derneği) işbirliğiyle düzenleyeceği fuar, yurtiçi ve yurtdışı oyuncak perakende ve toptancılarından kırtasiye perakende ve toptancılarına, bebek ürünleri ve çocuk tekstil mağazalarından eğitim kurumlarına sektörün tüm paydaşlarını buluşturacak. Bu yıl 'uluslararası' unvanına kavuşan ve KOSGEB tarafından desteklenen fuar, 6 ülkeden 88 firma ve firma temsilciliği ile 154 markanın katılımıyla gerçekleştirilecek. Fuarın şu ana kadar 3 binin üzerinde ziyaretçi online kayıt yaptı.



Networking Günleri ile fiziksel fuar paralelinde gerçekleştirilmiş alan heyeti organizasyonumuzu sanal ortama taşıyoruz. 2 gün süresince etkinlikte bedel ödemeyen profesyonel kopsumuzda seçtiğimiz yetkilerimizdeki alıcı ile katılımcılar network kurmuş ve video toplantılar gerçekleştirme imkanı bulacak. Böylece katılımcı firmalarımız hedef profesyonellere B2B eşleştirmelerimizle ulaşırken, alıcılarımız da ihracatçılarımızın ürünlerini yerinde görme imkanı bulacak. Bu yıl 'uluslararası' unvanına kavuşan ve KOSGEB tarafından desteklenen fuar, yurtiçi ve yurtdışı oyuncak perakende ve toptancılarından kırtasiye perakende ve toptancılarına, bebek ürünleri ve çocuk tekstil mağazalarından eğitim kurumlarına sektörün tüm paydaşlarını buluşturacak. 7 ülkeden 89 firma ve firma temsilciliği ile 150 markanın katılımı kesinleşen fuara, 3 bininin üzerinde ziyaretçi online kayıt yaptırdı. Yeni dönemde fuarlara olan ilgi dijital uygulamalar sayesinde artacak ve kuvvetlenecek. Katılımcılar online ortamda rahatça iletişim kurabilecekler.

Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze fuar olarak düzenlenecek. Fuar, hibrit modeli sayesinde gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle seyahat etmek istemeyen profesyonel alıcılarla sektörün önde gelen firmalarını buluşturarak, ihracata katkı sağlayacak.

Networking Günleri ile fiziksel fuar paralelinde gerçekleştirilmiş alan heyeti organizasyonumuzu sanal ortama taşıyoruz. 2 gün süresince etkinlikte bedel ödemeyen profesyonel kopsumuzda seçtiğimiz yetkilerimizdeki alıcı ile katılımcılar network kurmuş ve video toplantılar gerçekleştirme imkanı bulacak. Böylece katılımcı firmalarımız hedef profesyonellere B2B eşleştirmelerimizle ulaşırken, alıcılarımız da ihracatçılarımızın ürünlerini yerinde görme imkanı bulacak. Bu yıl 'uluslararası' unvanına kavuşan ve KOSGEB tarafından desteklenen fuar, yurtiçi ve yurtdışı oyuncak perakende ve toptancılarından kırtasiye perakende ve toptancılarına, bebek ürünleri ve çocuk tekstil mağazalarından eğitim kurumlarına sektörün tüm paydaşlarını buluşturacak. 7 ülkeden 89 firma ve firma temsilciliği ile 150 markanın katılımı kesinleşen fuara, 3 bininin üzerinde ziyaretçi online kayıt yaptırdı. Yeni dönemde fuarlara olan ilgi dijital uygulamalar sayesinde artacak ve kuvvetlenecek. Katılımcılar online ortamda rahatça iletişim kurabilecekler.

Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze fuar olarak düzenlenecek. Fuar, hibrit modeli sayesinde gerek pandemi gerekse kişisel tercihi nedeniyle seyahat etmek istemeyen profesyonel alıcılarla sektörün önde gelen firmalarını buluşturarak, ihracata katkı sağlayacak.



Hibrit fuar gün sayıyor

3'üncü Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, hibrit olarak iki aşamalı gerçekleştirilecek. Fuarın ilk bölümü dijital platformda 16-17 Eylül tarihlerinde B2B Networking Günleri olarak gerçekleştirilecek. İkinci bölümü ise sektörün talebi doğrultusunda geleneksel fuar tarihleri olan 18-21 Mart 2021 tarihlerinde yüz yüze fuar olarak düzenlenecek. Pandemi nedeniyle ertelenen 3'üncü Uluslararası İstanbul Oyuncak Fuarı, bu yıl ilk kez hibrit modelde gerçekleştirilecek. TÜYAP'ın, OYDER (Oyuncakçılar Derneği) işbirliğiyle gerçekleştireceği fuar, sektörden gelen talepler doğrultusunda iki bölümde gerçekleştirilecek. Oyuncak sektörünün dünyadaki seçkin buluşma noktalarından biri olan fuarın sanal bölümü 16-17 Eylül tarihleri arasında dijital platformda yapılacak. İstanbul Oyuncak Fuarı'nın ikinci bölümü ise 18-21 Mart 2021 tarihleri arasında yüz yüze fuar olarak İstanbul Büyükçekmece'deki Feuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek.

Mart ayı fuarlar ile geçecek

2021 yılı için hazırlıklarına ara vermeden devam eden Türk fuarcılık sektörü, Mart ayından itibaren hızlanacak. Tüyap Fuarcılık Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, Mart ayından itibaren 2021 fuar takvimini uygulamaya başlayacaklarını söyledi. Öztop, "Dünya ticaretinin merkezi, Asya'dan Türkiye'ye kayıyor. Bu nedenle fuarlar, Türk ihracatının artırılmasına kilit rol oynamaya devam edecek" dedi

Kısıtlamalar ve ertelemeler dönemiyle birlikte fuarların yüzde 90'sı gerçekleştirilemezken Türk fuarcılık sektörü, 2021 yılında kaldıkları yerden hızlı etmeye devam ediyor. 2021 yılında 387 fuar gerçekleştirmeyi planlayan sektörün, Mart ayından itibaren hareketlenmesi bekleniyor. Türk fuarcılık sektörünün en köklü firmaları Tüyap'da Mart ayından itibaren 2021 yılı fuar takvimini uygulamaya başlayacak. Tüyap Fuarcılık Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, Mart ayında Kasım, Oyuncak ve Kırtasiye Fuarları ile yeni yıla başlayacaklarını, sonrasında ise hız kesmeden yaşı ve mobilya sektörlerindeki fuarları ev sahipliği yapacaklarına söyledi. Mart ve Nisan ayla-rında 29'u tarihinde tüketim ağırlıklı fuarların bir araya getirileceğini belirten Öztop, fuarlarla Tüyap'ın görüntü-sü ve ticarete katkı sunmaya devam edeceğini de ifade etti. 2021 yılında yurt içinde 39'e yakın fuar gerçekleştirmeyi planladıklarını belirten Öztop, ayrıca dünyadaki ilk mobil katılımlar ile de Türk firmalarının yeni dönemde pazarlarında buluşturmaya hedeflediklerini açıkladı.



Zeynep Ünal Öztop

Fuarların rolü artacak

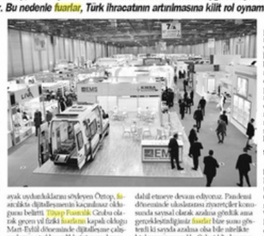
Dünyada fuarcılık sektöründen hacmi 305 milyar dolları bulunuyor. Türkiye'nin dünya fuarcılık sektöründeki payı yüzde 1,2 olurken, 266 firmanın faaliyet gösterdiği sektör, 3,5 milyar dolarlık bir hacme ulaştı. 2020 yılında Türkiye'de ve dünyada sektör yüzde 80'e yakın bir kayıpa uğradı ama bu yıl koşullarını bilerek onlarla telafi edilmesi bekleniyor.

2020'nun son çeyreğinden itibaren fuarcılık sektöründe özellikle Uzakdoğu'dan başlayan bir toparlanmanın olduğunu, bu toparlanmadan Türkiye'nin de payının olduğunu söyleyen Öztop, en değerli kıymetlerinde bulunduğunu belirtti.

"Bölgesindeki 11-12 tek-on dokuzlu ülkenin ihracat ve ortalama 1,5 milyarlık nüfusla Türkiye'nin gelecekte ekonomik rolü daha da artacak. Zira İstanbul'un yaşanın fırsatçı var. Dünya ticaretinin merkezi, bölgesel adı Asya'dan Türkiye'ye kayıyor. Çin'in yaşadığı pandemi kısıtından sonra, kalıtsal ve ekonomik Türk ürünleri, fuarlarda avantaj daha fazla alıcının dikkatini çekmeye başladı. Bu yıldan pandemi, Türk ihraç ürünlerinin farklı coğrafyalardaki farklı alıcılara tanıtılmasında avantaj sağladı. 2021 yılı itibarıyla bu temalar daha artacağına inanıyoruz. Bu nedenle fuarlar, Türk ihraç ürünlerinin ve hizmetlerinin tanıtılmasında kilit rol oynamaya ve ihracatın artırılmasına katkı sunmaya devam edecek en önemli platformlar olacak."

Dijitalleşmede öncü olduk

Pandemi nedeniyle fuarcılık sektörünün büyük bir değişim ve dönüşüm geçirdiğini, kendilerinin de bu dönüşümler arasında gerçekleştirdikleri fiziksel fuarlı dijitalleşmeyi başlattıklarını belirten Öztop, fuarcılıkta dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu belirtti. Tüyap Fuarcılık Grubu olarak gerçekleştirdikleri fuarlar bize sektörlerinde bir konuşmaktadır. Çok cüdü olan yapmak isteyen ziyaretçiler fuarlarımıza gelirler. Bu da gelen kısıtlı sayısının nereye düşeceğini bizim bu temalar daha artacağına inanıyoruz. Ayrıca hibrit uygulamaları, ateş ölçümü, sosyal mesafeye uygun ortak alanlar, havalandırma sistemlerindeki iyileştirmeler gibi Sağlık Bakanlığı'nın yönergelerine uygun bir şekilde fuarların tesislerinde TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya hak kazanan ilk ve tek fuarcılık sektörü olmanın sorumluluğunda hareket etmeye devam edeceğiz" dile konuştu.



"Hibrit fuarlarımız MyTüyap dijital platformumuz üzerinden gerçekleştirilecek. Bu platformda, Connect adı verilen yeni bir özellik daha eklendik. Ancak fuarlarda iletişim ve görüşmelerin daha etkin, katılımcılarımız ile akıllı eşleştirme sistemi için de bir araya getirmek. Hibrit fuar olgu özelinde olan, etkileşimli MyTüyap platformumuzda, dijital ürün ve uygulamalarımızın yatırımı yapmaya devam edeceğiz. Gelecekte yapılacak yeni fuarlarımızın da bu hizmetlerle paydaşlarımızın bu pandemi dönemde ihtiyaçlarını yol boyunca karşılamak ve aktif bir sektör sürdürülebilirliğini katkı sağlayacağız."

Sorumluluğumuzun bilincindeyiz"

Tüyap Fuarcılık Grubu, pandemiyle birlikte ticaret için önce sağlık' mottosuyla hareket etmiş Türk Standartları Enstitüsü'nün COVID-19 Hijyen, Edebiyatçın Önlemler ve Kısaltıcı Belgelendirme Programı sınıflarına yerine getirmek TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya hak kazanan ilk ve tek fuarcılık sektörü olan Tüyap, 2021'de de tedbirlerinden taviz vermeyecek. Zeynep Ünal Öztop, "Fuar-lımızda artık HES kodu ile katılımcı ve ziyaretçi kabul edeceğiz. Maske ve sosyal mesafe bizim de olmazsa olmaz kuralımız. Ayrıca hijyen uygulamaları, ateş ölçümü, sosyal mesafeye uygun ortak alanlar, havalandırma sistemlerindeki iyileştirmeler gibi Sağlık Bakanlığı'nın yönergelerine uygun bir şekilde fuarların tesislerinde TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya hak kazanan ilk ve tek fuarcılık sektörü olmanın sorumluluğunda hareket etmeye devam edeceğiz" dile konuştu.

Basın Yansımaları

İstanbul Oyuncak Fuarı için geri sayım başladı

Oyuncak sektörü, bu yıl Avrasya'daki ilk yüz yüze uluslararası fuarını İstanbul'da gerçekleştirecek. 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı, TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. ve OYDER (Oyuncakçılar Derneği) iş birliği ile 16-19 Mart 2021 tarihlerinde TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek. Oyuncak sektörünün devlerini buluşturacak olan İstanbul Oyuncak Fuarı'na 8 ülkeden 160 marka ile 97 firma ve firma temsilciliğinin katılması beklenirken, şimdiden Türkiye ve 73 farklı ülkeden 3 binden fazla ziyaretçi online davetiyesini aldı.

Geçtiğimiz aylardan bugüne satışları artan önemli sektörlerden olan oyuncak sektörü, yüz yüze fuar için gün sayıyor. Oyuncak sektörünün Avrasya'daki ilk yüz yüze uluslararası fuarı bu yıl İstanbul'da düzenlenecek. Geçen yıl 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri'ni dijital ortamda gerçekleştiren sektör, 16-19 Mart 2021 tarihlerinde 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı'nı heyecanla bekliyor. TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. tarafından OYDER (Oyuncakçılar Derneği) iş birliği ile düzenlenecek fuar, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'ndeki toplam 8 bin 700 metrekarelik alanda gerçekleştirilecek.

8 ÜLKEDEN 160 MARKA KATILACAK



Oyuncak sektörünün en önemli markalarını buluşturacak olan İstanbul Oyuncak Fuarı'na 8 ülkeden 160 marka ile 97 firma ve firma temsilciliğinin katılması beklenirken, şimdiden Türkiye ve 73 farklı ülkeden 3 binden fazla ziyaretçi online davetiyesini alarak fuar hazırlıklarına başladı. Online davetiye raporlarına göre, en fazla yurt dışı ziyaretçinin Azerbaycan, Makedonya, İtalya, Fransa, Irak, İran, Kosova, Gürcistan, Rusya, İngiltere, Ukrayna, Tunus ve Pakistan'dan gelmesi bekleniyor. TÜYAP yurt dışı ofisleri; Rusya, Bulgaristan, İran, Gürcistan, Makedonya ve Mısır'dan alım heyeti organizasyonu için hazırlıklarını sürdürürken, halen yabancı ziyaretçilere yönelik olarak dijital platformlarda tokasyon bazlı yoğun reklam çalışmaları yürütülüyor.

Avrasya coğrafyasında sektöründe önemli bir fuar olacağı tahmin edilen 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı'na, Türkiye genelinde en fazla ziyaretçinin İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Tekirdağ, Bursa, Konya, Balıkesir ve Antalya'dan gelerek fuarı ziyaret edeceği öngörülüyor. Bu yıl ilk kez hibrit modelde ilk bölümü 16-17 Eylül 2020 tarihinde dijital platformda gerçekleştirilen İstanbul Oyuncak Fuarı B2B Networking Günleri'ne 29 ülkeden 120 nitelikli iş insanı katılırken, 74 önemli iş bağlantısı yapılmıştı.

FUARDA NELER VAR?

Oyuncak sektöründen 2021'de Avrasya'da yüz yüze gerçekleştirilecek ilk uluslararası fuar olan İstanbul Oyuncak Fuarı'nı ziyaret edenler, bebek oyuncakları ve araçları, oyuncak bebekler, arabalar, peluş oyuncaklar, model oyuncaklar, elektronik oyuncaklar, teknik oyuncaklar, ahşap ve naturel oyuncaklar ve promosyon oyuncaklardaki en son modelleri ve tasarımları görme imkanına sahip olacaklar. Oyuncak dünyasının kalbinin attığı İstanbul Oyuncak Fuarı'nda çocukların dünyasına hitap eden festival ve parti malzemelerinden okul araç gereçlerine, zeka geliştirici oyunlardan spor ve outdoor ürünlerine, hobi malzemelerinden lisanslı ürünlere kadar birçok ürün bulunacak. Uluslararası nitelikteki fuar olan 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı'nda perakende satış olmadığı ve 15 yaş altı misafirlerin ziyaretçi olarak kabul edilmediği belirtiliyor.



TİCARET 365 GÜN SÜRECEK

Geçtiğimiz yıldan beri hız kazanan hibrit fuarcılık anlayışının en önemli örneklerinden olan İstanbul Oyuncak Fuarı, TÜYAP'ın yeni nesil fuarcılık vizyonu çerçevesinde birçok yeni ve farklı uygulamaya da zemin oluşturuyor. TÜYAP'ın networking uygulaması MyTÜYAP'ın video toplantı altyapısına sahip akıllı B2B eşleştirme sistemi ile İstanbul Oyuncak Fuarı'na katılan firmalar, tüm dünyadan alıcılarla anında buluşturulacak. Böylece firmalar seyahat engellerine takılmadan yıl boyu ticaretlerini kesintisiz sürdürebilecek. Yine TÜYAP'ın fuarlardaki iş bağlantılarını dijital ortama taşıyan web siteleri sayesinde katılımcılar 365 gün boyunca dünyanın her yerinden milyonlarca alıcıyla doğrudan buluşabiliyor. Ziyaretçiler de aynı uygulama üzerinden ilgilendikleri alanlardaki ürün ve hizmeti sunan katılımcıları görebiliyor ve onlarla iletişime geçme imkanı buluyor.

TEMASSIZ FUAR DENEYİMİ YAŞATIYOR

"Ticaret için önce sağlık" mottosuyla çalışmalarını sürdüren TÜYAP, İstanbul Oyuncak Fuarı'nda da katılımcı ve ziyaretçilerin sağlığını korumak için aldığı tedbirleri sürdürecek. TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya hak kazanan ilk ve tek fuarcılık şirketi olmanın sorumluluğuyla fuarlarını organize eden TÜYAP, MyTÜYAP üzerinden alınan davetiye, yaka kartı ve uygulama üzerinden kartvizit değişimi gibi inovatif hizmetlerle 'temassız fuar deneyimini' İstanbul Oyuncak Fuarı'nda da katılımcı ve ziyaretçilerine yaşatacak.

Haber Merkezi



Mart ayı fuarlar ile yoğun geçecek

Pandemi nedeniyle yaşanan kısıtlamalar ve ertelemeler dolayısıyla planladığı fuarların yüzde 80'ini gerçekleştiremeyen Türk fuarcılık sektörü, 2021 yılında 387 fuar gerçekleştirmeyi planlıyor. Mart ayından itibaren sektörün hareketlenmesi bekleniyor. Türk fuarcılık sektörünün en köklü firması TÜYAP da Mart ayından itibaren 2021 yılı fuar takvimini uygulamaya başlayacak. TÜYAP Fuarcılık Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, Mart ayında karavan, oyuncak ve kırtasiye fuarları ile yeni yıla başlayacaklarını, sonrasında ise hız kesmeden yapı ve mobilya sektörlerindeki fuarlara ev sahipliği yapacaklarını söyledi. Mart ve Nisan aylarında 75'in üzerinde ülkeden alıcıyı sektör firmaları ile buluşturmayı planladıklarını belirten Öztop, fuarlarla TÜYAP'ın güvenli ticarete katkı sunmaya devam edeceğini iletti. 2021 yılında yurt içinde 70'e yakın fuar gerçekleştirmeyi planladıklarını belirten Öztop, ayrıca düzenledikleri milli katılımlar ile de Türk firmalarını yeni ihracat pazarlarıyla buluşturmayı hedeflediklerini açıkladı.

Yüz yüze Oyuncak Fuarı açıldı

GEÇEN yıl 16-17 Eylül 2020'de 'B2B Networking Günleri' dijital ortamda gerçekleşen oyuncak sektörü, Avrasya'daki ilk yüz yüze gerçekleşen "İstanbul Oyuncak Fuarı' açıldı. 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı, 19 Mart 2021 tarihine kadar ziyaretçilerini kabul edecek. Fuarda perakende satış yapılmayacak ve 15 yaş altı misafirler kabul edilmeyecek.

İSTANBULLU OYUNCAK FUARINA İLGİ GÖSTERDİ

Zeynep Ünal Öztop, "Tüyap olarak 2021 yılı fuarlarımıza İstanbul Oyuncak Fuarı gibi güzel bir fuarın açılışıyla başlıyoruz. Bu yüzden, bizim için bu açılışın anlamı daha büyük" dedi

GENCO SABANCI

İSTANBUL- Oyuncak sektörünün devleri, İstanbul Oyuncak Fuarı'nda buluşta. Oyuncak sektörünün bayrak Avrasya'daki ilk büyük buluşması olan 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı, Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde sürdü yor. Dört gün sürecek olan fuara, 5 ülkeden 131 marka ile 92 firma ve firma temsilciliği katılıyor. Fuara Türkiye ve 78 farklı ülkeden 4 binden fazla ziyaretçinin gelmesi bekleniyor. Fuarın açılışında konuşan Tüyap Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, "Tüyap olarak 2021 yılı fuarlarımıza İstanbul Oyuncak Fuarı gibi güzel bir fuarın açılışıyla başlıyoruz. Bu yüzden, bizim için bu açılışın anlamı daha büyük" dedi.



Geçen yıl 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri'ni dijital ortamda gerçekleştiren oyuncak sektörü, heyecanla bekleyeceği fiziksel fuarına kavuştu. Tüyap Fuarcılık Yapım A.Ş. tarafından OYDER (Oyuncakçılar Derneği) iş birliği ile düzenlenen fuar, Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'ndeki toplam 8 bin 700 metrekarelik alanda gerçekleştirildi. 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı'nda 5 ülkeden 131 marka ile 92 firma ve firma temsilciliği katıldığını belirten Tüyap yetkiliye ofislerinin organizasyonuyla İstanbul Oyuncak Fuarı'na; Rusya, Bulgaristan, İran, Gürcistan, Makedonya ve Mısır'dan olan heyetlerinin geleceğini söyleyen Öztop, "Fuar öncesinde Türkiye ve 78 farklı ülkeden 4 binden fazla ziyaretçi online davetiye aldı. Fuara olan ilgi ilk günden belli oluyor. Tüm sağlık önlemlerini aldığımız fuarımızın sektörün paydaşlarını güvenli bir ticaret platformunda bir araya getirmesini bekliyoruz" diye konuştu.

5 ÜLKEDEN 131 MARKA KATILIYOR

Fuarın açılış törenine konuşan Tüyap Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, geride bıraktığımız yılın herkes için zorlu bir yıl olduğunu vurgulayarak, "TÜYAP olarak 2021 yılı fuarlarımıza İstanbul Oyuncak Fuarı gibi güzel bir fuarın açılışıyla başlıyoruz, bu yüzden bizim için bu açılışın anlamı daha büyük. İstanbul Oyuncak Fuarı'nın hayırlı ve bereketli bir fuar olmasını diliyorum" dedi. Öztop, oyuncak sektörünün 2021'deki en önemli randevusu olan İstanbul Oyuncak Fuarı'na 5 ülkeden 131 marka ile 92 firma ve firma temsilciliği katıldığını belirtti. TÜYAP yurtdışı ofislerinin organizasyonuyla İstanbul Oyuncak Fuarı'na; Rusya, Bulgaristan, İran, Gürcistan, Makedonya ve Mısır'dan alım heyetlerinin geleceğini söyleyen Öztop, "Fuar öncesinde Türkiye ve 78 farklı ülkeden 4 binden fazla ziyaretçi online davetiye aldı. Fuara olan ilgi ilk günden belli oluyor. Tüm sağlık önlemlerini aldığımız fuarımızın sektörün paydaşlarını güvenli bir ticaret platformunda bir araya getirmesini bekliyoruz" diye konuştu.

"FUARDA YERİ Ü RETİCİ SAYISI ARTTI"

Oyuncakçılar Derneği (OYDER) Başkanı Ekin Yörür ise İstanbul Oyuncak Fuarı'nın oyuncak sektörü için çok önemli olduğunu belirterek sözlerine başladı. Bu yıl İstanbul Oyuncak Fuarı'nın Avrasya'daki ilk yüz yüze gerçekleşen oyuncak fuarı olmasının önemli olduğunu vurgulayan Yörür, sözlerini şöyle sürdürdü: "Fuar organizatörümüz TÜYAP, çok profesyonel bir kurum. Pandemi koşullarında sağlığımız için her türlü tedbiri aldığına ve emniyetiyle görüyoruz. Kendimizi konsantre ürün ana üzerinde yapmak zorundayız. Görünen o ki, 2021 sonuna kadar bu koşullarda yaşayacağız. Koşullara uyum sağlamak durumundayız. Fuarlar iş yapma platformu olmalarının yanı sıra sosyalleşmek için de fırsatlar sunuyor. Sektör olarak bir araya gelebilmemiz için ortamlar."

YURT DIŞI ZİYARETÇİ İLGİSİ ŞAŞIRTMADI

Fuarın ilk gününden itibaren Amerika, Almanya, Rusya, Brezilya, Hırvatistan, Yunanistan Azerbaycan, Makedonya, İtalya, Fransa, Irak, İran, Kosova, Gürcistan, İngiltere, Ukrayna, Tunus ve Pakistan gibi 25 ülkeden gelen ziyaretçi heyetleri uluslararası ziyaretçinin fuarı olan ilgisini kanıtladı. Türkiye'nin Van, Urfa, Mardin, Antalya, Hatay, Samsun, İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Tekirdağ, Bursa, Konya, Balıkesir gibi 36 farklı ilinden fuara yerli ziyaretçi ilgisinin de yoğun olduğu gözlendi. Hibrit modelle gerçekleştirilen fuarın dijital bölümü olan B2B Networking Günleri'ne 20 ülkeden 120 nitelikli iş insanının katılması ve 74 önemli iş bağlantısı yapılması, yüz yüze fuara daha fazla ilgi olacağının habercisi olarak görülüyor.

OYUNCAK DÜNYASININ SON TRENDLERİ...

İstanbul Oyuncak Fuarı'na gezen yerli ve yabancı ziyaretçiler, bebek oyuncakları ve araçları, oyuncak bebekler, arabalar, peluş oyuncaklar, model oyuncaklar, elektronik oyuncaklar, teknik oyuncaklar, ahşap ve naturel oyuncaklar ve promosyon oyuncaklardaki en son modelleri ve tasarımları görebiliyor. Fuarda çocukların dünyasına hitap eden festival ve parti malzemelerinden okul araç gereçlerine, zeka geliştirici oyunlardan spor ve outdoor ürünlerine, hobi malzemelerinden lisanslı ürünlere kadar birçok ürün sergileniyor.



HAREKET BAŞLADI

Pandemi nedeniyle yapılan kısıtlamalar, fuar etkinliklerinin ertelenmesine yol açmıştı. Mart ayından itibaren fuarcılık sektörünün hareketlenmesi bekleniyor. Tüyap Fuarcılık Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Ünal Öztop, mart ayında karavan, oyuncak ve kırtasiye fuarları ile yeni yıla başlayacaklarını, sonrasında ise yapı ve mobilya fuarlarına ev sahipliği yapacaklarını söyledi. Öztop, "2021 yılında yurtiçinde 70'e yakın fuar gerçekleştirmeyi planlıyoruz" dedi.

TÜRKİYE GÖZDE...

Dünyada fuarcılık sektörü hacminin 325 milyar dolar olduğunu anlatan Öztop, "Türkiye'nin dünya fuarcılık sektöründeki payı ise yüzde 1.2. Yapılan iş hacmi de 3.5 milyar dolar. Bölgesindeki 12 trilyon dolarlık iş hacmi ve çevresinde yaşayan 1.5 milyarlık nüfusla Türkiye'nin gelecekte ekonomik rolü daha da artacak. Zira insanların iş yapmaya ihtiyacı var. Dünya ticaretinin merkezi, bölgemiz için Asya'dan Türkiye'ye kayıyor" diye konuştu.





Oyuncağın devleri İstanbul'da

Oyuncak sektörünün bu yıl Avrasya'daki ilk büyük buluşması olan 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde devam ediyor. Fuara, 5 ülkeden 131 marka ile 92 firma ve firma temsilciliği katılıyor.

Özgür GÜVENÇ

İSTANBUL (Anayurt) - Oyuncak sektörünün bu yıl Avrasya'daki ilk yüz yüze uluslararası fuarı olan İstanbul Oyuncak Fuarı, bugün de ziyaretçilerini bekliyor. Geçen yıl 16-17 Eylül 2020 tarihlerinde B2B Networking Günleri'ni dijital ortamda gerçekleştiren oyuncak sektörü, heyecanla bekleyeceği fiziksel fuarına kavuştu. 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı, bugün de ziyaretçilerini kabul edecek. TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. tarafından OYDER (Oyuncakçılar Derneği) iş birliği ile düzenlenen fuar, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'ndeki toplam 8 bin 700 metrekarelik alanda gerçekleştirildi. 3. Uluslararası Oyuncak, Oyun ve Bebek Fuarı'nda ihtisas fuarı olması nedeniyle perakende satış yapılmıyor ve 15 yaş altı misafirler ziyaretçi olarak kabul edilmiyor.

5 ÜLKEDEN 131 MARKA KATILIYOR

Fuarın açılış töreninde konuşan TÜYAP Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, geride bıraktığımız yılın herkes için zorlu bir yıl olduğunu vurgulayacak, "TÜYAP olarak 2021 yılı fuarlarımıza İstanbul Oyuncak Fuarı gibi güzel bir fuarın açılışıyla başlıyoruz, bu yüzden bizim için bu açılışın anlamı daha büyük. İstanbul Oyuncak Fuarı'nın hayırlı ve bereketli bir fuar olmasını diliyorum" dedi. Öztop, oyuncak sektörünün 2021'deki en önemli randevusu olan İstanbul Oyuncak Fuarı'na 5 ülkeden 131 marka ile 92 firma ve firma temsilciliği katıldığını belirtti. TÜYAP yurtdışı ofislerinin organizasyonuyla İstanbul Oyuncak Fuarı'na; Rusya, Bulgaristan, İran, Gürcistan, Makedonya ve Mısır'dan alım heyetlerinin geleceğini söyleyen Öztop, "Fuar öncesinde Türkiye ve 78 farklı ülkeden 4 binden fazla ziyaretçi online davetiye aldı. Fuara olan ilgi ilk günden belli oluyor. Tüm sağlık önlemlerini aldığımız fuarımızın sektörün paydaşlarını güvenli bir ticaret platformunda bir araya getirmesini bekliyoruz" diye konuştu.

"FUARDA YERİ Ü RETİCİ SAYISI ARTTI"

Oyuncakçılar Derneği (OYDER) Başkanı Ekin Yörür ise İstanbul Oyuncak Fuarı'nın oyuncak sektörü için çok önemli olduğunu belirterek sözlerine başladı. Bu yıl İstanbul Oyuncak Fuarı'nın Avrasya'daki ilk yüz yüze gerçekleşen oyuncak fuarı olmasının önemli olduğunu vurgulayan Yörür, sözlerini şöyle sürdürdü: "Fuar organizatörümüz TÜYAP, çok profesyonel bir kurum. Pandemi koşullarında sağlığımız için her türlü tedbiri aldığına ve emniyetiyle görüyoruz. Kendimizi konsantre ürün ana üzerinde yapmak zorundayız. Görünen o ki, 2021 sonuna kadar bu koşullarda yaşayacağız. Koşullara uyum sağlamak durumundayız. Fuarlar iş yapma platformu olmalarının yanı sıra sosyalleşmek için de fırsatlar sunuyor. Sektör olarak bir araya gelebilmemiz için ortamlar."

YURT DIŞI ZİYARETÇİ İLGİSİ ŞAŞIRTMADI

Fuarın ilk gününden itibaren Amerika, Almanya, Rusya, Brezilya, Hırvatistan, Yunanistan Azerbaycan, Makedonya, İtalya, Fransa, Irak, İran, Kosova, Gürcistan, İngiltere, Ukrayna, Tunus ve Pakistan gibi 25 ülkeden gelen ziyaretçi heyetleri uluslararası ziyaretçinin fuarı olan ilgisini kanıtladı. Türkiye'nin Van, Urfa, Mardin, Antalya, Hatay, Samsun, İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Tekirdağ, Bursa, Konya, Balıkesir gibi 36 farklı ilinden fuara yerli ziyaretçi ilgisinin de yoğun olduğu gözlendi. Hibrit modelle gerçekleştirilen fuarın dijital bölümü olan B2B Networking Günleri'ne 20 ülkeden 120 nitelikli iş insanının katılması ve 74 önemli iş bağlantısı yapılması, yüz yüze fuara daha fazla ilgi olacağının habercisi olarak görülüyor.

OYUNCAK DÜNYASININ SON TRENDLERİ

İstanbul Oyuncak Fuarı'na gezen yerli ve yabancı ziyaretçiler, bebek oyuncakları ve araçları, oyuncak bebekler, arabalar, peluş oyuncaklar, model oyuncaklar, elektronik oyuncaklar, teknik oyuncaklar, ahşap ve naturel oyuncaklar ve promosyon oyuncaklardaki en son modelleri ve tasarımları görebiliyor. Fuarda çocukların dünyasına hitap eden festival ve parti malzemelerinden okul araç gereçlerine, zeka geliştirici oyunlardan spor ve outdoor ürünlerine, hobi malzemelerinden lisanslı ürünlere kadar birçok ürün sergileniyor.

FUAR BİTSE DE İŞ BAĞLANTISI KURULABİLECEK

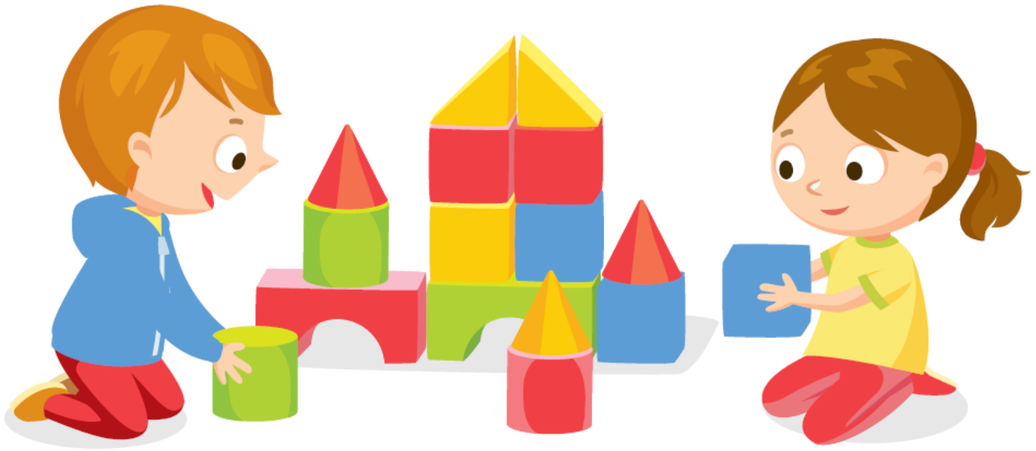
Geçtiğimiz yıldan beri hız kazanan hibrit fuarcılık anlayışının en önemli örneklerinden olan İstanbul Oyuncak Fuarı, TÜYAP'ın yeni nesil fuarcılık vizyonu çerçevesinde birçok yeni ve farklı uygulamaya da zemin oluşturuyor. TÜYAP'ın networking uygulaması MyTÜYAP'ın akıllı B2B eşleştirme sistemi ile İstanbul Oyuncak Fuarı'na katılan firmalar, tüm dünyadan alıcılarla anında buluşabiliyor. Böylece firmalar yıl boyu ticaretlerini kesintisiz sürdürme olanağına kavuşuyor.

TEDBİRLER TAVİZSİZ UYGULANIYOR

"Ticaret için önce sağlık" mottosuyla çalışmalarını sürdüren TÜYAP, İstanbul Oyuncak Fuarı'nda da katılımcı ve ziyaretçilerin sağlığını korumak için aldığı tedbirleri titizlikle uyguluyor.



Basın Yansımaları



Gelecek Fuarda Buluşmak Dileğiyle