

Air India hostesses to wear Mysore silk sarees

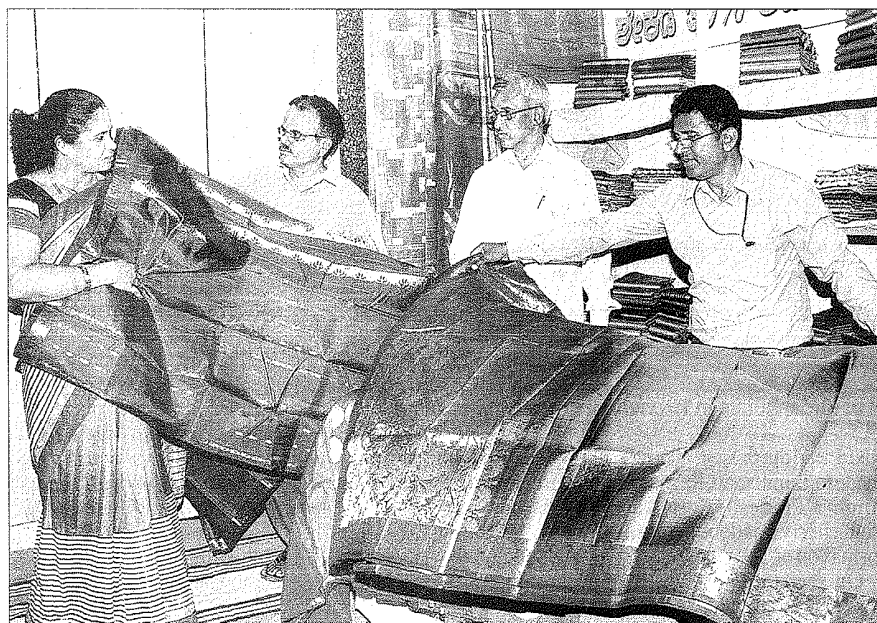
KSIC plans to make reasonably priced soft silk at Channapatna

MYSURU: Air hostesses on board Air India flights will be draped in Mysore Silk sarees as the Karnataka Silk Industries Corporation (KSIC) Limited, Mysuru, is all set to supply 10,000 of them from January end.

Speaking to mediapersons here on Wednesday, KSIC chairman D Basavaraj said that the sarees would be supplied in phases from January to June. The deal will bring KSIC a revenue of Rs 6.5 crore.

The silk maker is also supplying silk shawls to the Rashtrapati Bhavan. The shawls are given as gifts to foreign dignitaries who call on the President. "About 50 shawls priced Rs 10,000 each have already been supplied and an order for an additional 50 has come in from the Rashtrapati Bhavan," said Basavaraj.

Also, Salma Ansari, wife of Vice President Hamid Ansari, is scheduled to shop at the KSIC showroom in Bengaluru



The KSIC is set to supply 10,000 Mysore silk sarees to Air India from January. DH FILE PHOTO

on January 5. Basavaraj said Prime Minister Narendra Modi is expected to visit the KSIC

stall at the industrial exhibition 'Vibrant Gujarat' on January 8.

The century-old KSIC has

clocked a turnover of Rs 98 crore in the last nine months of the present financial year,

which is Rs eight crore more than the previous year.

Another plan brewing in KSIC is making Mysore Silk available at an affordable price for the middle class and the poor, albeit as a material called soft silk. A soft silk manufacturing unit will be set up in the now defunct factory at Channapatna in Ramanagar district.

Elaborating, he said at least 50 gram to 60 gram of silk will be used for every metre of the soft silk saree. An amount of Rs 65 lakh has been released to the Karnataka Rural Infrastructure Development Limited for the restoration of the factory. It may take about eight to nine months for the production to start.

The State government has already sanctioned Rs six crore to revive the Channapatna facility. An additional Rs 3.24 crore has been collected through the disposal of old machines at the factory, said Basavaraj.

DH News Service

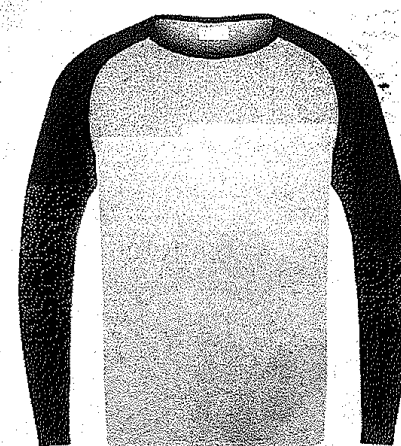
कपास उत्पादन में पिछड़ सकता है चीन

मुंबई भारतीय कपास संघ (सीएआई) ने कहा है कि देश में कपास क्षेत्र में चौतरफा प्रगति देखने को मिली और 2014.15 के दौरान 402 लाख गांठ कपास का उत्पादन होने का अनुमान है। देश में कपास उत्पादन वर्ष 2001.02 में 158 लाख गांठ का हुआ था। कपास की एक गांठ 170 किग्रा की होती है। यह उत्पादन वर्ष 2014.15 में दोगुने से भी अधिक होकर 402 लाख गांठ होने का अनुमान है। सीएआई के अध्यक्ष धीरेन सेठ ने संगठन के 92वीं वार्षिक आम बैठक में यहां कहा, 'हम कपास उत्पादन में चीन को पीछे छोड़ने के करीब हैं।' उन्होंने कहा कि कपास की खपत में भी अच्छी वृद्धि हुई है और यह वर्ष 2014-15 के दौरान 306 लाख गांठ होने का अनुमान है। कपास खपत में भारत का स्थान चीन के बाद दूसरा है। सेठ ने कहा कि भारत ने वर्ष 2013-14 में 117.9 लाख गांठ कपास का निर्यात किया और अमेरिका के बाद निर्यात मामले में दूसरे नंबर का देश बन गया है।

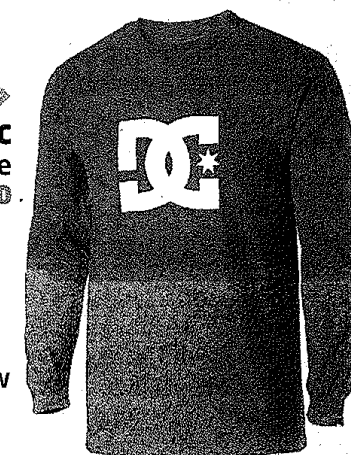
Full sleeve ahead

sujata.reddy@timesgroup.com

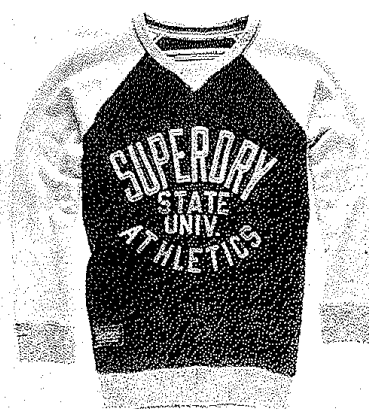
These stylish
tees are
armed to
tackle the nip
in the air



DC
cotton tee
₹3,990



Koovs.com
Baseball crew
neck tee
₹2,895



Superdry Bluesman
raglan crew
₹4,990



Gant
striped tee
₹6,999



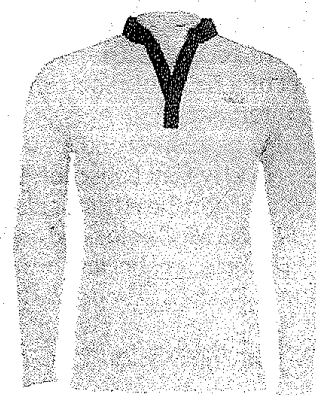
Spykar
sweatshirt
₹1,699



Puma
varsity crew
sweatshirt
₹2,799



PIC: RANJIT KUMAR



ebay.in
Ribbed cotton tee
₹395

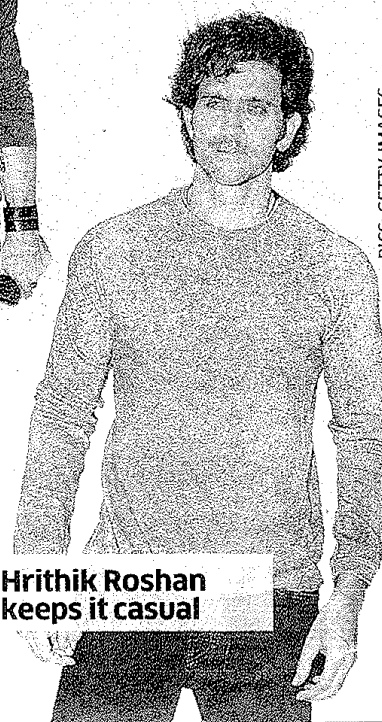
John Abraham layers his
look with inner wear, while
Mark Wahlberg (right) goes
for classic



Jack & Jones Clive
knit
₹2,995



Colin Farrell
chooses a
pulled-up
sleeve style



Hrithik Roshan
keeps it casual

PICS: GETTY IMAGES

FASHION TREND

A crop pant for chic look

Like a wistful reminder of the sixties and seventies eras – the super-trendy culottes are making a sartorial comeback this season. Already a popular trend in the international fashion circuit, culottes are gaining popularity on Indian runway too. Winter is not the season to flaunt it but spring definitely is!

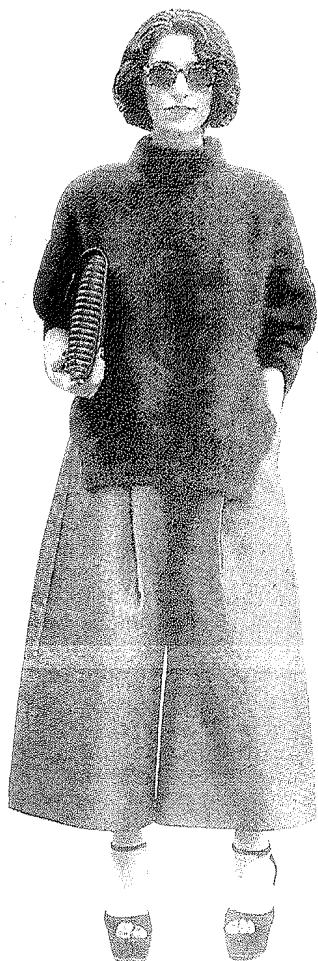
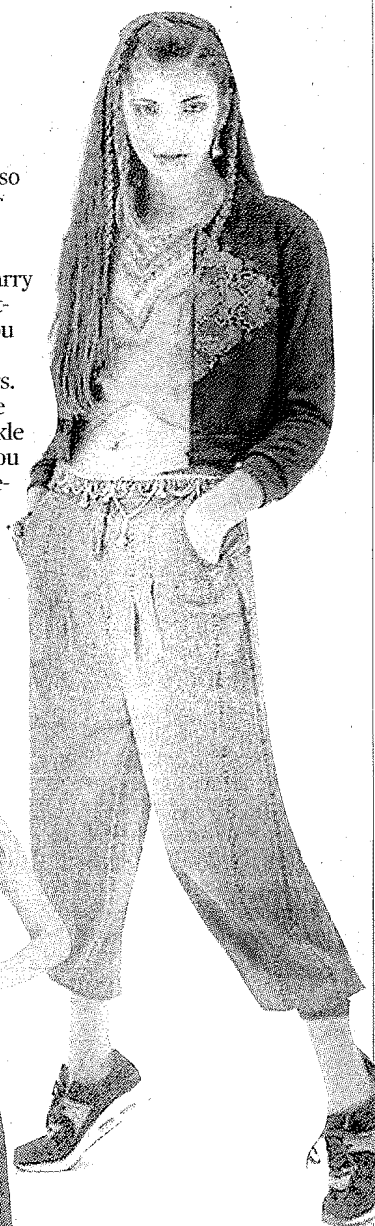
"This pant-shorts hybrid is gaining major style momentum due to its fundamental versatility—slipping effortlessly into sleek work-wear, sporty luxe and neutral ensembles," says designer Anita Dongre of

Global Desi. "This uber-chic silhouette provides all the practicality of trousers, whilst retaining the appearance and femininity of a skirt."

According to her, culottes have many advantages, not the least of which is its barbeque-to-black-tie versatility. "They are also transitional, the perfect piece to wear from winter into spring. You can sport culottes on date night, paired with a camisole and strappy heels, or clash jewel tones for an easy way to rock colour during the winter slump. Structured culottes

can be balanced with a tailored blazer, and you can also give it a casual daytime flair with a graphic sweatshirt," says Dongre.

It is also a challenge to carry culottes properly. This pant-cum-skirty pieces makes you look short. So, pairing nice heels with it can do wonders. The cropped trouser can be paired by crop top, sexy ankle strap heel and a clutch. If you are not fond of heels and believe in carrying a tomboy look, then go for kneel length culottes and pair then with any round neck t



shirt. To carry this fashion one need not be fairly thin. Even those having extra flab can look different. The trick is to pair the high waist culottes with pointed toe-heel and striped tee.

Dongre in her latest collection has incorporated prints and kaleidoscopic hues. The ornately printed renditions can be paired with preppy shirts, crop tops, bomber jackets and urban-chic cardigans.

DHNS

Culottes are becoming increasingly popular as retro look makes a comeback.

कपास उत्पादन में चीन को पीछे छोड़ने के करीब है भारत

मुंबई (भाषा)। भारतीय कपास संघ ने कहा है कि देश में कपास क्षेत्र में चौतरफा प्रगति देखने को मिली और 2014-15 में 402 लाख गांठ कपास का उत्पादन होने का अनुमान है। देश में कपास उत्पादन वर्ष 2001-02 में 158 लाख गांठ का हुआ था। कपास की एक गांठ 170 किग्रा की होती है। यह उत्पादन वर्ष 2014-15 में दोगुने से भी अधिक होकर 402 लाख गांठ होने का अनुमान है। संगठन के अध्यक्ष धीरेन सेठ ने संगठन के 92वाँ वार्षिक आम बैठक में यहां कहा, 'हम कपास उत्पादन में चीन को पीछे छोड़ने के करीब हैं।' उन्होंने कहा कि खपत में भी अच्छी वृद्धि हुई है और यह वर्ष 2014-15 के दौरान 306 लाख गांठ होने का अनुमान है। कपास खपत में भारत का स्थान चीन के बाद दूसरा है। सेठ ने कहा कि भारत ने वर्ष 2013-14 में 117.9 लाख गांठ कपास का निर्यात किया और अमेरिका के बाद निर्यात मामले में दूसरे नंबर का देश बन गया है।

कपास उत्पादन में चीन को पीछे छोड़ने के करीब है भारत: सीएआइ

मुंबई, 1 जनवरी (भाषा)। भारतीय कपास संघ(सीएआइ) ने कहा है कि देश में कपास क्षेत्र में चौतरफा प्रगति देखने को मिली और 2014-15 के दौरान 402 लाख गांठ कपास का उत्पादन होने का अनुमान है। देश में कपास उत्पादन वर्ष 2001-02 में 158 लाख गांठ का हुआ था। कपास की एक गांठ 170 किग्रा की होती है। यह उत्पादन वर्ष 2014-15 में दोगुने से भी अधिक होकर 402 लाख गांठ होने का अनुमान है।

सीएआइ के अध्यक्ष धीरेन सेठ ने संगठन के 92वीं वार्षिक आम बैठक में यहां कहा- हम कपास उत्पादन में चीन को पीछे छोड़ने के करीब हैं। उन्होंने कहा कि कपास की खपत में भी अच्छी वृद्धि हुई है और यह 2014-15 के दौरान 306 लाख गांठ होने का अनुमान है।

उत्तर प्रदेश में परिवर्तन के लिए युवा बेचैन : गंगवार

बरेली, 1 जनवरी (जनसत्ता)। केंद्रीय कपड़ा राज्य मंत्री संतोष कुमार गंगवार ने कहा कि देश में परिवर्तन लाने में युवाओं की भूमिका अहम है। प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी विकास की गति को तेज कर सभी वर्गों के लोगों को खुशहाल बनाना चाहते हैं। परिवर्तन की लहर से देश की युवा पीढ़ी में आस जगी है। देश के सबसे बड़े राज्य उत्तर प्रदेश में भी युवा शक्ति 2017 के चुनाव के जरिए बदलाव लाने के लिए अभी से बेचैन नजर आ रही है।

भारतीय जनता युवा मोर्चा के मंडलीय सम्मेलन में केंद्रीय राज्य मंत्री संतोष कुमार गंगवार ने कहा कि उत्तर प्रदेश को क्षेत्रीय दलों की जातिवाद की राजनीति के भंवर से युवाओं को निकालना है। लंबे समय तक यहां क्षेत्रीय दलों की सत्ता की वजह से राज्य समस्याओं से घिर गया है। लोग समस्याओं से छुटकारा पाने के लिए भाजपा की ओर उम्मीद भरी नजर से देख रहे हैं।

उन्होंने कहा कि केंद्र की सरकार सही दिशा में काम कर रही है। देश की अर्थव्यवस्था

को पटरी पर लाने के लिए कई अहम फैसले किए गए हैं, जिनका असर जल्द दिखाई देने लगेगा। विकास की रफ्तार तेज होने से रोजगार के अवसर भी बढ़ेंगे। उन्होंने कहा कि मोदी के नारे 'सबका साथ, सबका विकास' का मकसद सभी वर्गों का विकास करना है। उन्होंने कहा कि सभी वर्गों के लोग भाजपा से जुड़ने की कोशिश भी कर रहे हैं।

सम्मेलन में भाजयुमो के प्रदेश अध्यक्ष आशुतोष राय ने कार्यकर्ताओं को सुझाव दिया कि सभी बूथ क्षेत्रों में शिविर लगाकर लोगों को सदस्य बना कर पार्टी से जोड़ा जाए। उत्तर प्रदेश की सपा सरकार का समाजवाद बग़ी पर सवार होकर आम लोगों से दूर हो गया है। राज्य की सबसे बड़ी समस्या कानून व्यवस्था की दुर्दशा है। अपराध बढ़ने से लोग खुद को असुरक्षित महसूस कर रहे हैं। राज्य सत्ता के कई केंद्र होने की वजह से अधिकारी भी बेलगाम हो गए हैं। थानों, तहसीलों और दूसरे सरकारी कार्यालयों में भ्रष्टाचार का बोलबाला है। रिश्वत दिए बिना लोगों का कोई काम नहीं हो रहा है।

ग्लोबल मैन्यूफैक्चरिंग हब बनेगा गुजरात

अहमदाबाद (ब्यूरो)। प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के मेक इन इंडिया के सपने को साकार करने के लिए गुजरात सरकार ने नई औद्योगिक नीति का ऐलान किया है जिसमें सूक्ष्म, लघु व मध्यम उद्यमों को बढ़ावा देने के लिए कई योजनाएं बनाई गई हैं। सरकार ने गुजरात को ग्लोबल मैन्यूफैक्चरिंग हब बनाने के लिए महिला, युवा व दलितों के लिए खास सहायता योजना बनाई है।

मुख्यमंत्री आनंदीबेन पटेल के मार्गदर्शन में गुजरात सरकार ने वाइब्रेंट गुजरात महोत्सव के लिए नई उद्योग नीति 2015 की घोषणा की है जिसमें गुजरात को

ग्लोबल मैन्यूफैक्चरिंग हब बनाने का लक्ष्य रखा गया है। प्रवक्ता सौरभ पटेल ने बताया कि सरकार नवीन शोध तथा तकनीकी स्थानांतरण को महत्व देते हुए राज्य में सूक्ष्म, लघु व मध्यम उद्योगों को बढ़ावा देगी। महिला, युवा, एससी, एसटी व शारीरिक विकलांगों को कम ब्याज पर ऋण दिया जाएगा साथ ही नए शोध व तकनीक को महत्व दिया जाएगा। उन्होंने बताया कि गुजरात निवेश में अग्रणी रहा है तथा राज्य में 2 लाख 61 हजार से अधिक लघु व मध्यम उद्योग हैं जिनमें प्रति इकाई 28 लाख रुपए का निवेश किया गया है। गिट सिटी, धोलेरा विशेष निवेश क्षेत्र तथा दिल्ली-मुंबई इंडस्ट्रियल कॉरिडोर जिसका 38 फीसद हिस्सा गुजरात से सटा हुआ है राज्य के विकास की नई धुरी बनेंगे।

■ निवेश, रोजगार
के बाद नवप्रवर्तन
पर जोर

■ मेक इन इंडिया
थीम पर उद्योग
नीति घोषित

विंटर वॉक करें संभलकर...



व्यायाम करना तो लाभदायक है, ऐसा तो सभी जानते हैं, लेकिन ठंड के मौसम में इस पर अमल करना काफी मुश्किलों भरा लगता है। ठंडे मौसम में वॉक करना सेहत के लिए फायदेमंद तो होता है, बस थोड़ी तैयारियों की जरूरत होती है।

अलग होती है विंटर वॉकिंग

सर्दी में की जाने वाली वॉकिंग अन्य मौसमों से थोड़ी अलग होती है, क्योंकि इस मौसम में तापमान कम होता है।

- यदि आप मॉर्निंग वॉक करने की प्लानिंग कर रहे हैं तो रात से ही इसकी तैयारी शुरू करनी होगी। चूंकि मौसम काफी ठंडा होता है इसलिए रात में पर्याप्त नींद नहीं लेने पर सुबह उठना मुश्किल हो जाता है।
- किसी भी प्रकार की एरोबिक्स से पसीना निकलता ही है, लेकिन बाहर की ठंडी हवाओं से खुद को सुरक्षित रखना भी जरूरी है। इसलिए अच्छी तरह से खुद को गर्म कपड़ों से ढंककर निकलें। कैप से सिर और नाक को कवर करना ना भूलें।
- वॉकिंग के दौरान इस मौसम में भी डिहाइड्रेशन की परेशानी हो सकती है। अपने साथ पानी की बोतल रखना ना भूलें। घर से निकलने से पहले हैवी मॉइश्चराइजर लगाना ना भूलें। ठंडी हवाओं के कारण नमी की कमी होने का डर रहता है।

40 YEARS AGO...AND NOW

The 'Complete Man' comes a full circle

Raymond has also navigated the turns in the market with prescience

SAYANTANI KAR

Mumbai, 1 January

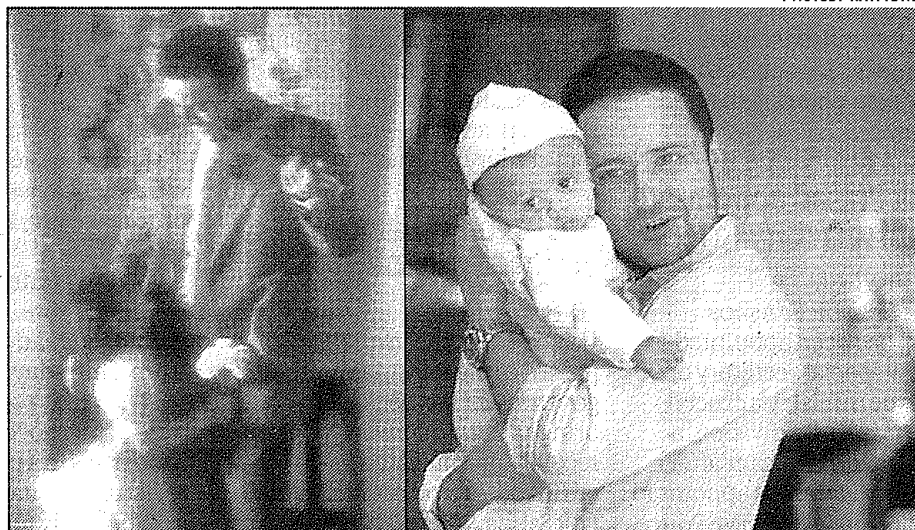
Prescience helped one of the oldest brands in India stay relevant. Whether it was shifting from blankets to suitings, pre-empting apparel retail or portraying the modern Indian man, Raymond Apparel (formed in 1969, a 100 per cent subsidiary of Raymond Limited), appears to have read its audience well.

Raymond was one of the first to start organised apparel retail in India. After liberalisation, textile players were the first to flag off retail chains before any other sector. Raymond, which started selling suitings over the counter as early as 1958, stepped it up from the eighties on. Raymond's stores led to its ubiquitous brand recall to this day, observe brand experts. It also developed a dealer network, with some of its retailers in their third-fourth generations. It now has a e-commerce portal.

The retail strides of Raymond, whose roots were in Raymond Woollen Mills (set up in Thane in 1925), were made under Dr Vijaypat Singhania who oversaw the diversification into men's suits, readymade garments, denims in textiles and cement, steel in other businesses, after he became the chairman in 1980. Park Avenue was Raymond's first ready-to-wear brand, launched in 1986, followed by Parx in 1998. In 2000, his son and the present CMD, Gautam Singhania took over.

He fuelled Raymond's retail and readymade drive further, especially in mens corporate and designerwear. While in the 90s, the market was 30 per cent readymade garments and 70 per cent fabrics, today it is just the reverse. Raymond calls itself the largest vertically and horizontally integrated maker of worsted suiting fabric.

Singhania scripted the acquisition of the Chennai-based brand ColorPlus in 2001-02, to plug the gap in high-end casualwear for men. By then, Raymond had begun to fan out in more areas of readymade apparels, besides worsted suitings, such as premium cotton shirting, jeanswear and brands. While the eponymous brand is premium formalwear, Park Avenue also caters to relaxed work wear, Parx is casualwear. Singhania, though, insists that demand for fabric will not diminish: "The bulk of the Raymond's business is still fabric, which will continue to grow. There are people with different shapes and sizes, they like customisation and tailoring."



PHOTOS: RAYMOND

Raymond has gone back to tugging at the heartstrings, after a slew of ads that underlined fashion and attitude more. Left: A 90s ad; right: the latest ad

Versus Vimal

In the mid-80s, it was Reliance's Vimal that had a slight edge. It used models, Bollywood stars and cricketers in its ads and had people humming its jingle 'Only Vimal'. However, Raymond gradually stepped up its branding efforts.

Renowned adman, Frank Simoes came up with its first memorable campaign with the 'Guide to the well-dressed man', showing textiles in a well-designed and sophisticated way in the 80s.

Raymond also caught the boom in readymade garment that the domestic market was poised for, while Reliance's change in senior management saw Vimal's aggression wane by 2000-01. Other apparel brands from Madura Garments, Arvind Mills and departmental stores, too, were gaining steam. Despite selling in a greater number of exclusive stores, Vimal lacked the variety of more readymade garments and accessories (it had already exited sarees) to draw consumers in, unlike Raymond.

In 1992, Raymond's trail-blazing campaign, 'The Complete Man', by Rajiv Agarwal of Enterprise Nexus, created a personality who embraced emotions, had a sense of humour, was sensitive and vulnerable. He fulfilled his societal and familial roles to a fault. As brand experts have noted, it showed a man that the tipper-end Indian male consumer was aspiring to evolve into, choosing brains over brawn. The immediate competition, too, changed their tone. If earlier celebrity endorsers appeared by themselves in suitings ads, brands such as Gwalior Suitings (Tiger Pataudi) Mayur Suitings (Shah Rukh Khan) had them appear as a family man.

By the turn of the century, the group focused on its twin core businesses – textile and readymade garments. It exited cement (2001) and steel (2004), freeing up financial muscle. Raymond now has 10,000-sq-ft flagship stores besides Raymond Shops. It also distributes the Italian denim brand GAS, for contemporary, premium denimwear. It entered the womens segment, the biggest readymade apparel segment, through two of its brands, Park Avenue and ColorPlus.

Singhania says, "In every price-point, we ensure that we are at the premium end of it, so that the aspirational quality is retained. We are there from the ₹150-per-metre to the ₹3-lakh-per-metre segments. The brand's qualities of trust and excellence show through each."

Its current challenge lies elsewhere. It lords over worsted suitings with 60 per cent market share, but the competition in readymade garments is formidable. Moreover, woollen suitings, its stronghold, has lost its absolute hold on formalwear, with lighter apparel and a casual look finding their way into boardrooms.

Its iconoclastic campaign, too, has been questioned about its scope, as it veered towards making a fashion statement, away from the emotional connect. The latest ads by the Raj Kamble-headed Famous Innovations, go back to the emotional roots with themes like 'letting go' (a middle-aged father lets go of his teenage daughter after overcoming his anxiousness as a parent) and 'being there' (the husband chooses to stay back so the wife can leave for work while he tends to their baby). Singhania says, "It is an aspirational position, you can never become the complete man. It will continue to be our corporate campaign and has stood us in good stead for the last 25 years."



Telengana team to visit textile hubs for Warangal textile park

IN ORDER to develop Warangal in Telangana as a textile hub, a team comprising MLAs and officials will visit prominent textile markets across the country. In the first phase, the team will visit Surat textile industry from January 2-4 and will later tour to Solapur in Maharashtra and Tirupur in Tamil Nadu.

Procurement of cotton hits halfway mark

■ CCI procures 3.6 million bales

Nanda Kasabe

Pune, Jan 1: Cotton Corporation of India (CCI) has procured around 3.6 million bales of cotton till date, reaching its halfway target for procurement this season. CCI is targeting procurement of 6 million bales worth Rs 12,000 crore this year, as prices in a majority of cotton growing states have fallen below the MSP announced by the government, BK Mishra, MD, of CCI, told *FE*.

Procurement of the targeted 6 million bales so far is the highest since 2008-09 when CCI procured around 9 million bales. "Arrivals are picking up in the central parts and more farmers are coming forward to sell cotton in Telangana, Andhra Pradesh and Maharashtra. In Gujarat around 48 of 63 procurement centres are active. However, quantities

are feeble in Rajasthan and Madhya Pradesh where good quality crop has exhausted. In the north as well, arrivals are down and farmers are holding onto their crop in hope of better price," he said. In Punjab and Haryana, limited quantities of cotton are coming into the market, he added. CCI has planned around 341 centres for procurement this season.

Last year, the corporation procured Rs 80 crore worth of cotton. For the season of 2012-13, it procured cotton only from Andhra Pradesh and there was no reason for procurement in the season prior to this year, he said.

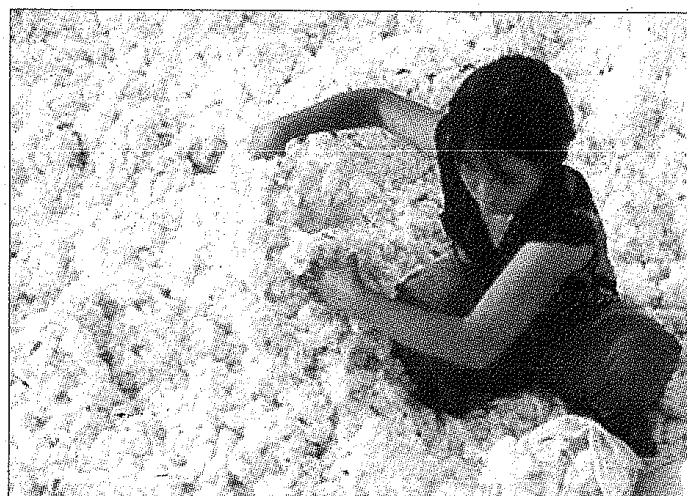
The CCI procured a record Rs 14,000 crore worth of cotton in the season of 2008-09 when it purchased 90 lakh bales. For the procurement of Rs 12,000

crore this year, the corporation has made arrangements with a consortium of 14 banks led by Bank of Baroda, for fundraising.

The CCI is expected to buy 60 lakh bales (of 170 kg each) across Telangana, Andhra Pradesh, Madhya Pradesh and Maharashtra. Currently, it has an inventory of eight lakh bales. The government has fixed an MSP of Rs 3,750 a quintal for medium staple cotton and Rs 4,050 for long staple cotton for the 2014-15 season.

Cotton Association of India (CAI) estimates output at 40.55 million bales this year, a marginal decline from 40.73 million last year (this is an October-September year). Of that, CCI plans to buy six million bales from the open market.

During the current cotton season, 2014-15, prices are currently ruling at below MSP in major cotton growing



are feeble in Rajasthan and Madhya Pradesh where good quality crop has exhausted. In the north as well, arrivals are down and farmers are holding onto their crop in hope of better price," he said. In Punjab and Haryana, limited quantities of cotton are coming into the market, he added. CCI has planned around 341 centres for procurement this season.

Last year, the corporation procured Rs 80 crore worth of cotton. For the season of 2012-13, it procured cotton only from Andhra Pradesh and there was no reason for procurement in the season prior to this year, he said.

The CCI procured a record Rs 14,000 crore worth of cotton in the season of 2008-09 when it purchased 90 lakh bales. For the procurement of Rs 12,000

crore this year, the corporation has made arrangements with a consortium of 14 banks led by Bank of Baroda, for fundraising.

The CCI is expected to buy 60 lakh bales (of 170 kg each) across Telangana, Andhra Pradesh, Madhya Pradesh and Maharashtra. Currently, it has an inventory of eight lakh bales. The government has fixed an MSP of Rs 3,750 a quintal for medium staple cotton and Rs 4,050 for long staple cotton for the 2014-15 season.

Cotton Association of India (CAI) estimates output at 40.55 million bales this year, a marginal decline from 40.73 million last year (this is an October-September year). Of that, CCI plans to buy six million bales from the open market.

During the current cotton season, 2014-15, prices are currently ruling at below MSP in major cotton growing

चिकित्सक के अनुभव का साफ़नामा



दिल्ली के इंडिया इंटरनेशनल सेंटर के सभागार में 'इन एंड आउट आफ थिएटर्स' पुस्तक का लोकार्पण किया गया। पुस्तक का लोकार्पण करते हुए अभिनेत्री और सामाजिक कार्यकर्ता शबाना आज़मी ने कहा कि यह एक दिलचस्प पुस्तक है जिससे हमें उन दुर्लभ स्थितियों का पता चलता है जिसका चिकित्सकों को जटिल मामलों के समय सामना करना पड़ता है। लघु कथाओं के इस संग्रह में वास्तविक लोगों का संस्मरण है। उनके दर्द और पीड़ा के साथ ही उम्मीद और विश्वास का। जिसमें लेखक ने दुनिया के दो हिस्सों को बहुत ही कुशलता से एक साथ जोड़ा है और अपने जीवन के दर्शन

को अपनी पहली पुस्तक के जरिए प्रस्तुत किया है। कार्यक्रम में लेखक डा. ब्रजेश्वर सिंह ने कहा कि पुस्तक की कहानियां समय, तथ्य और अंत के लिहाज से भले ही अलग हैं पर एक-दूसरे से जुड़ी होने का अहसास कराएंगी। प्रत्येक कहानी के पात्र एक दूसरे को नहीं जानते हैं। वे जीवन के भिन्न चरणों में हैं और इनके जरिए विविध अनुभवों को बयान किया गया है। इस अवसर पर केंद्रीय कपड़ा मंत्री संतोष कुमार गंगवार, सांसद तरुण विजय, एम्स के पूर्व निदेशक पी.के. दवे और जेनेवा डब्ल्यूटीओ के निदेशक शिशिर प्रियदर्शी सहित अनेक गणमान्य अतिथि उपस्थित थे।