L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 100 MAYIS 2021 / 04
WWW.LOFFICIEL.COM.TR

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS



L'OFFICIEL
sayımızı kutluyoruz

Zuhal Olcay

Zamansız Olma Cesareti

L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 100 MAYIS 2021 / 04
WWW.LOFFICIEL.COM.TR

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS



L'OFFICIEL

sayımızı kutluyoruz

Zuhal Olcay

Zamansız Olma Cesareti





omegawatches.com



TRÉSOR COLLECTION

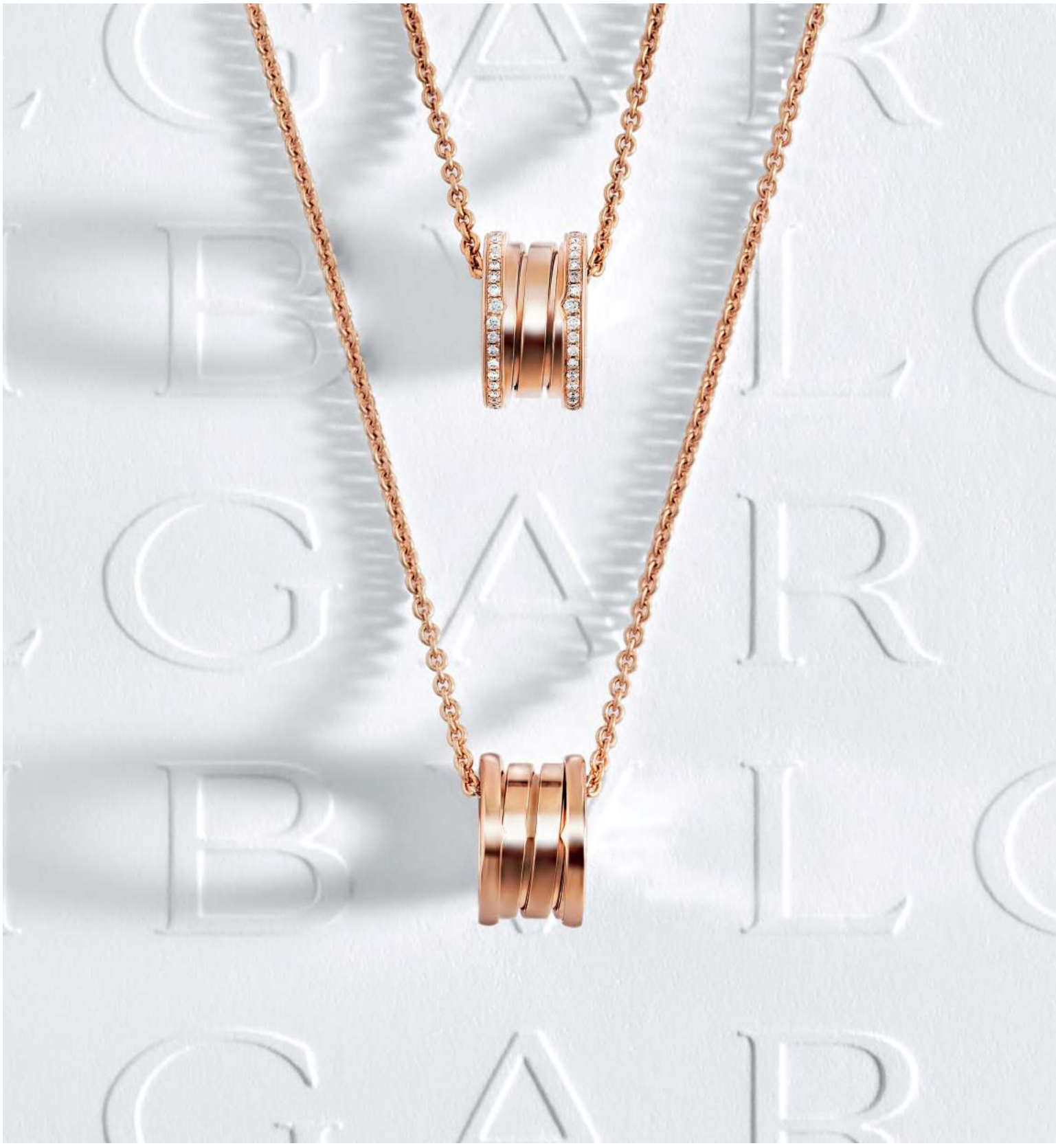
KAIA'NIN SEÇIMI

Çok genç yaşlardan itibaren modanın içinde olan Kaia Gerber, modellik dünyasına yabancı değil. En seçkin podyumlarda ve fotoğraf çekimlerinde ünlü annesini takip ederken; şimdi benzersiz bir yolda yürümeyi seçerek, rolüne kendi stil ve kişiliğini getiriyor. Bu, çok parlak bir geleceğe sahip, aileden gelen bir tutku.

OMEGA

OMEGA Boutique Abdi İpekçi Cad. No: 65/A Maçka İstanbul Tel: +90 212 230 06 71





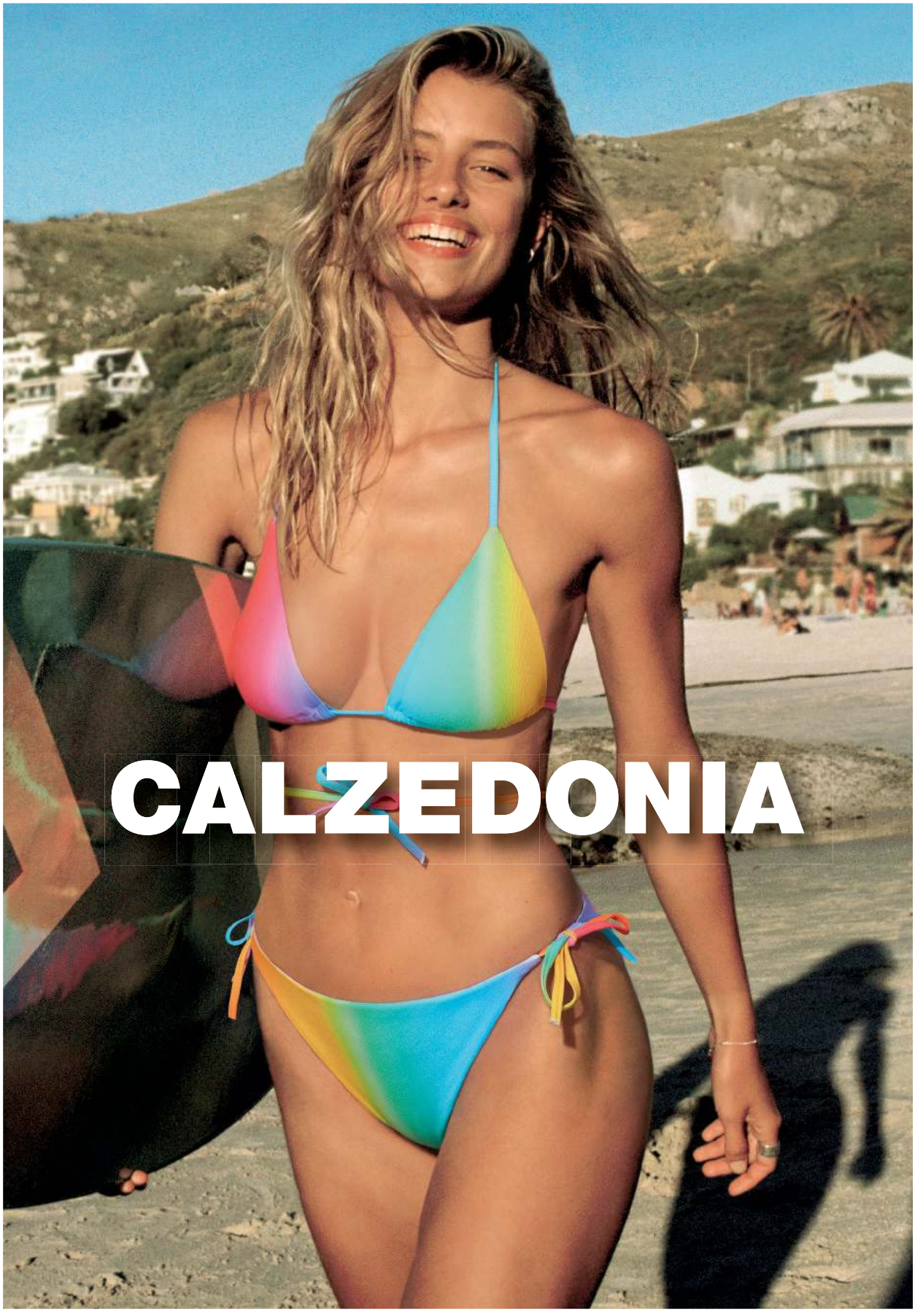
BVLGARI
ROMA

BVLGARI.COM

ZORLU CENTER • ISTANBUL




43
RA 400



#CALZEDONIA @CALZEDONIA.COM.TR





intimissimi

Italian lingerie

intimissimi.com.tr


Pomellato
MILANO 1967
ICONICA COLLECTION
POMELLATO BOUTIQUE
ZORLU CENTER AVM • BEŞIKTAŞ / İSTANBUL
TEL.: 0545 344 55 10 • rotapsaat.com


Pomellato
Pomellato
Pomellato
Pomellato


MANGO COMMITTED
Mango.com/sustainability'de daha fazlasını keşfet


Sevgili
Gezegenimiz,
Ürünlerimizin %79'u
sürdürülebilir özelliklere sahip.
2022'de bu oran %100 olacak.
MANGO

BEYMEN



VERSACE

beymen.com

nu





Natalia's Maxx Moment



MAXX ROYAL

RESORTS



BELEK | KEMER

SPRING SUMMER / 2021



adL | NightZoom
MERTASLAN



www.adL.com.tr

axess | 7 Taksit | CARDFINANS



BURASI THE LAND OF LEGENDS.

BURADA KEŞFEDECEK ÇOK ŞEY VAR!















© Animaccord LTD. 2008 – 2021 www.mashabear.com

THE LAND OF LEGENDS

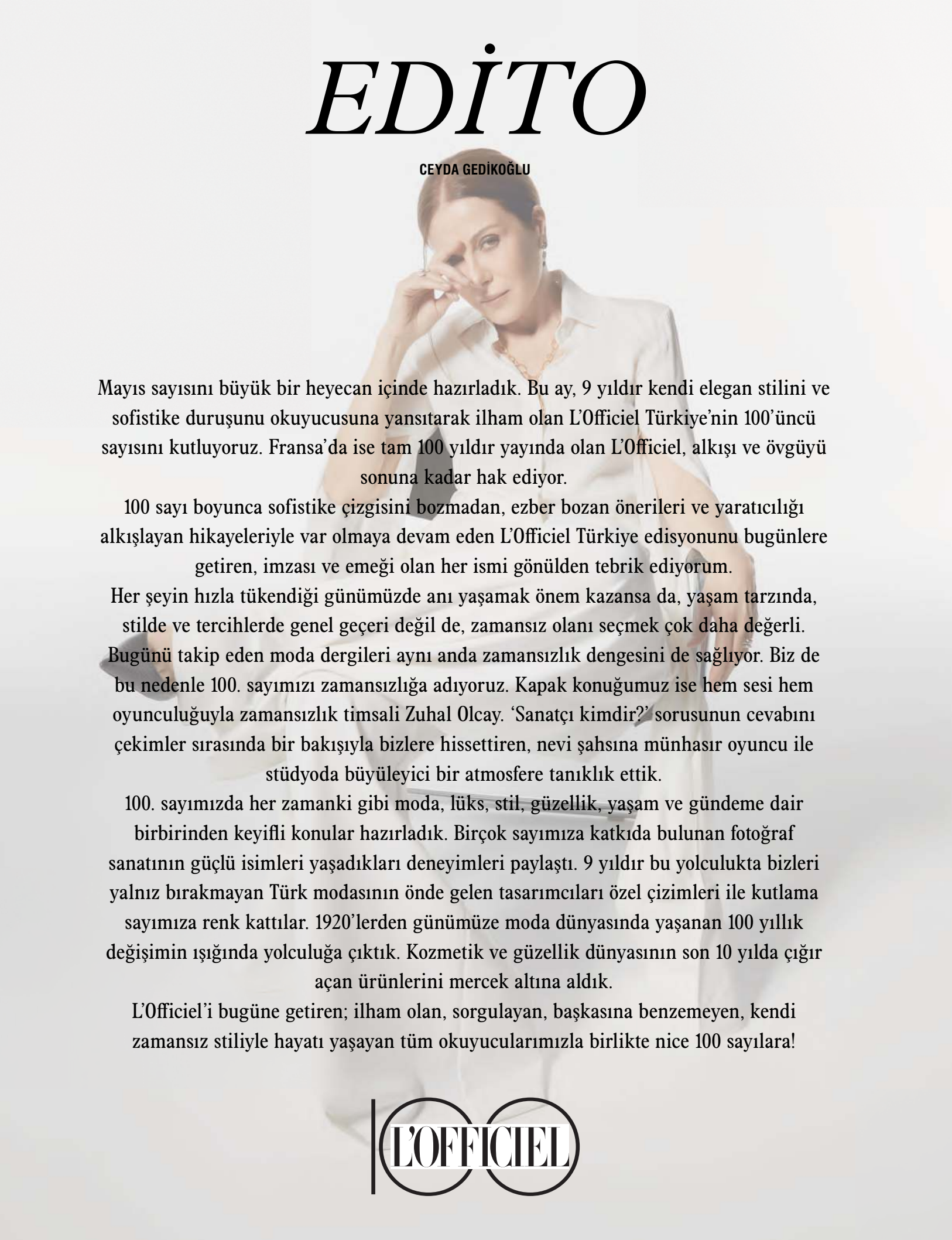
THEME PARK • HOTEL • SHOPPING AVENUE



Antalya / Belek | 444 9 913 | thelandoflegendsthemepark.com

EDİTO

CEYDA GEDİKOĞLU



Mayıs sayısını büyük bir heyecan içinde hazırladık. Bu ay, 9 yıldır kendi elegan stilini ve sofistike duruşunu okuyucusuna yansıtarak ilham olan L'Officiel Türkiye'nin 100'üncü sayısını kutluyoruz. Fransa'da ise tam 100 yıldır yayında olan L'Officiel, alkışı ve övgüyü sonuna kadar hak ediyor.

100 sayı boyunca sofistike çizgisini bozmadan, ezber bozan önerileri ve yaratıcılığı alkışlayan hikayeleriyle var olmaya devam eden L'Officiel Türkiye edisyonunu bugünlere getiren, imzası ve emeği olan her ismi gönülden tebrik ediyorum.

Her şeyin hızla tükendiği günümüzde anı yaşamak önem kazansa da, yaşam tarzında, stilde ve tercihlerde genel geçeri değil de, zamansız olanı seçmek çok daha değerli. Bugünü takip eden moda dergileri aynı anda zamansızlık dengesini de sağlıyor. Biz de bu nedenle 100. sayımızı zamansızlığa adıyoruz. Kapak konuğumuz ise hem sesi hem oyunculuğuyla zamansızlık timsali Zuhal Olcay. 'Sanatçı kimdir?' sorusunun cevabını çekimler sırasında bir bakışıyla bizlere hissettiren, nevi şahsına münhasır oyuncu ile stüdyoda büyüleyici bir atmosfere tanıklık ettik.

100. sayımızda her zamanki gibi moda, lüks, stil, güzellik, yaşam ve gündeme dair birbirinden keyifli konular hazırladık. Birçok sayımıza katkıda bulunan fotoğraf sanatının güçlü isimleri yaşadıkları deneyimleri paylaştı. 9 yıldır bu yolculukta bizleri yalnız bırakmayan Türk modasının önde gelen tasarımcıları özel çizimleri ile kutlama sayımıza renk kattılar. 1920'lerden günümüze moda dünyasında yaşanan 100 yıllık değişimin ışığında yolculuğa çıktık. Kozmetik ve güzellik dünyasının son 10 yılda çığır açan ürünlerini mercek altına aldık.

L'Officiel'i bugüne getiren; ilham olan, sorgulayan, başkasına benzemeyen, kendi zamansız stiliyle hayatı yaşayan tüm okuyucularımızla birlikte nice 100 sayılara!

L'OFFICIEL


Gılan
ZORLU CENTER I İSTİNYE PARK
FOUR SEASONS BOSPHORUS I ANKARA ÇANKAYA CADDESİ
MANDARIN ORIENTAL BODRUM
GILAN.COM I @GILANISTANBUL

L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 100 – MAYIS 2021

YÖNETİM
İMTİYAZ SAHİBİ
Om Medya San. ve Tic. A.Ş ADINA
Ebru Alişan

Yayın Direktörü
Meltem Aydın
meltemaydin@ommedya.com

Genel Yayın Yönetmeni
Ceyda Gedikoğlu
ceydagedikoglu@ommedya.com

Moda Direktörü
İnan Kırdemir
inan@inankirdemir.com

Yazı İşleri Müdürü
Zeynep Sipahi
zeynepsipahi@ommedya.com

Moda Editörü
Tuğçe Bahçıvangil
tugcebahcivangil@ommedya.com

Stil Editörü
Zekiye Karadağ
zekiyekaradag@ommedya.com

Yazı İşleri
Salih Devrim
salihdevrim@ommedya.com
Merve Girgin
mervegirgin@ommedya.com

Katkıda bulunanlar
Barbaros Cangürgel, Barış Yılmaz, Bekir Emre Öğüt, Dilara Alkan, Dilara Yılmaz, Engin Çakmak, Hakan Meriç Doğan, Hazal Öçal, İbrahim Alan, İbrahim Zengin, Kerem Yılmaz, Maya Melis İlhan, Mustafa Nurdoğdu, Onur Özcan, Ozan Gür, Petek Kırboğa, Shahrzad Naseri, Timur Can Ersoy

Dijital Direktör
Yunus Başaran
yunusbasaran@ommedya.com

Renk Ayrımı
Tolga Ünsal

Prodüksiyon Sorumlusu
Alpaslan Ocak
alpaslanocak@ommedya.com

Ürün Sorumlusu
Ali Kartal
alikartal@ommedya.com

Ulaştırma
Barış Nalçacı
barisnalcaci@ommedya.com

L'OFFICIEL TÜRKİYE İLETİŞİM ADRESİ
Om Medya San. ve Tic. A.Ş
İbrahim Karaoğlanoğlu Cad. Yayıncılar Sok. 10/A Kat: 3 Seyrantepe 34418 İstanbul -
Tel: (0212) 324 81 10

Reklam Grup Başkanı
Zeynep Kıratlılar
zeynepkiratlilar@ommedya.com

Reklam Koordinatörü
Begüm Gündüz
begumgunduz@ommedya.com

Reklam Koordinatörü
Gizem Nacak
gizemnacak@ommedya.com

Reklam Teslim Adresi
Om Medya San. ve Tic. A.Ş
İbrahim Karaoğlanoğlu Cad. Yayıncılar Sok. 10/A Kat.3 Seyrantepe 34418 İstanbul -
Tel: (0212) 324 81 10 reklam@ommedya.com

BASKI
İhlas Gazetecilik A.Ş.
Merkez Mah. 29 Ekim Cad. İhlas Plaza No:11 A/41 Yenibosna Bahçelievler, İstanbul Tel: (0 212) 454 30 00

DAĞITIM
TURKUVAZ DAĞITIM: Güzeltepe Mah. Mareşal Fevzi Çakmak B. Blok No: 29/ 1 / 1 Eyüp - İSTANBUL Tel: 0212 354 39 09

YAYIN TÜRÜ: Yerel Süreli

LES PUBLICATIONS DES ÉDITIONS JALOU

Yazı ve fotoğrafların tüm hakları L'Officiel Türkiye Om Medya San. ve Tic. A.Ş'ne aittir. Jalou Media Group ile yapılan lisans sözleşmesi uyarınca lisans alan Om Medya yazılı izni olmaksızın hiçbir şekilde yazı ve fotoğraflardan alıntı yapılamaz, Basın ilan sorumluluğu ilan sahiplerine aittir. Dergide yayınlanan ürünlerin fiyat değişikliklerinden L'Officiel Türkiye sorumlu değildir. Bu dergi Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı taahhüt eder.

OMMEDYA


MAXMARA.COM
MaxMara

L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 100 – MAYIS 2021

Genel Yayın Yönetmeni
Adrienne Ribes-Tiphaine

Moda Direktörü
Vanessa Bellugeon

Kreatif ve Artistik Yönetim
Ill-Studio

YÖNETİM

Yönetim Kurulu Eş Başkanları
Marie-José Susskind-Jalou Maxime Jalou

Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Başkanı
Benjamin Eymère
b.eymere@jaloumediagroup.com

Genel Müdür Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi
Maria Cecilia Andretta
mc.andretta@jaloumediagroup.com

Uluslararası Kreatif Direktör (CCO)
Stefano Tonchi

Uluslararası Sanat ve Casting Direktörü
Jennifer Eymère

Yönetim Asistanı
Céline Donker Van Heel
c.donkervanheel@editionsjalou.com

Giulia Bettinelli
g.bettinelli@lofficielitalia.com

REKLAM

Uluslararası Yönetim ve Pazarlama Direktörü
Anthony Cenname

Uluslararası Reklam Müdürü - Fransa
Robert D.Eisenhart

Medya Direktörü - İtalya
Carlotta Tomasoni

Uluslararası Dijital Reklam ve Medya Planlama
Ilaria Previtali

ULUSLARARASI VE PAZARLAMA

Uluslararası Lisans, İş Geliştirme ve Marka Pazarlama Di
Flavia Benda
f.benda@jaloumediagroup.com

Uluslararası Dijital Ürünler Müdürü
Giuseppe De Martino

Uluslararası Dijital Proje Müdürü
Babila Cremascoli

Uluslararası Editoryal ve Arşiv Direktörü
Giulia Bettinelli
g.bettinelli@lofficielitalia.com

ÉDITIONS JALOU ULUSLARARASI YAYINLARI
L'Officiel de la Mode, Jalouse, L'Optimum, La Revue des Montres, L'Officiel Voyage, L'Officiel 1000 Modèles, L'Officiel Hommes, L'Officiel Art, L'Officiel Shopping, L'Officiel Chirurgie Esthétique, L'Officiel Almanya, L'Officiel Hommes Almanya, L'Officiel Avustralya, L'Officiel Azerbaycan, L'Officiel Brezilya, L'Officiel Hommes Brezilya, L'Officiel Çin, L'Officiel Hommes Çin, L'Officiel Art Çin, L'Officiel Hommes Kore, L'Officiel İspanya, L'Officiel Yunanistan, L'Officiel Hommes Yunanistan, L'Officiel Hindistan, L'Officiel Endonezya, L'Officiel İtalya, L'Officiel Hommes İtalya, L'Officiel Japonya, L'Officiel Kazakistan, L'Officiel Letonya, L'Officiel Lübnan, L'Officiel Hommes Lübnan, L'Officiel Litvanya, L'Officiel Malezya, L'Officiel Fas, L'Officiel Hommes Fas, L'Officiel Meksika, L'Officiel Ortadoğu, L'Officiel Hommes Ortadoğu, L'Officiel Art Ortadoğu, L'Officiel Hollanda, L'Officiel Hommes Hollanda, L'Officiel Filipinler, L'Officiel Rusya, L'Officiel Singapur, L'Officiel Hommes Singapur, L'Officiel İsviçre, L'Officiel Hommes İsviçre, L'Officiel Voyage İsviçre, L'Officiel Tayland, L'Officiel Hommes Tayland, L'Optimum Tayland, L'Officiel Türkiye, L'Officiel Hommes Türkiye, L'Officiel Ukrayna, L'Officiel Hommes Ukrayna, L'Officiel Vietnam, L'Officiel Kıbrıs, L'Officiel Monako, L'Officiel Şili, L'Officiel Filipinler,

www.lofficielmode.com, www.jalouse.fr, www.editionsjalou.com, www.larevuedesmontres.com

KURUCULAR – GEORGES, LAURENT VE ULLY JALOU (†)

ACPM OJD DIFFUSION

Cilt Bakımında Çığır Açacak
En Büyük Yeniliğimiz

Yeni
Advanced Night Repair

Daha Hızlı Onarma ve
Gençliği Ortaya Çıkarma Gücü



ESTĒE LAUDER

esteelauder.com.tr

L'OFFICIEL TURKIYE

N° 100 – MAYIS 2021

STİL

Kutlama Sayısı
sayfa 60

Büyülü Desenlerin Kraliçesi
sayfa 72

Zanaatkarların Zarif Dokunuşu
sayfa 76

Floral Klostrofobi
sayfa 80

Dönüşümün Lüks Sembolü
sayfa 92

Modanın 100 Yıllık Evrimi
sayfa 100

Ezber Bozuluyor
sayfa 110

Alber Elbaz'ın Ardından
sayfa 112

Dünden Bugüne Hep Birlikte
sayfa 118

MÜCEVHER

Kolektif Mücevherler
sayfa 128

BE WELL

Kült Ürünler
sayfa 140

Son Kulvar
sayfa 148

MODA

Zuhal Olcay
sayfa 156

Yeşile Doğru
sayfa 170

Re-Mix
sayfa 184

BU AY

Objektifin Gözünden
sayfa 198

Sanat ve Yaratma Arzusu
sayfa 210

Kuşların Kanatları
sayfa 216

Bir Asırlık Lezzetler
sayfa 218



Fotoğraf Barbaros Cangürgel
Elbise, VALENTINO
Küpe, Yüzük, POMELLATO



Fotoğraf Barbaros Cangürgel
Blazer yelek, BRUNELLO CUCINELLI, BEYMEN



SAYFA 184



SAYFA 170


İSTİNYE PARK
İSTANBUL
TEL. 212.345.57.31
AKASYA
İSTANBUL
TEL. 216.629.51.63
FRANCHISEE MAX&Co.
MAXANDCO.COM
#andSMILE
MAX&Co.

Dekoltenin Yeni Hali

Dekolte kavramının evrimleştiği bu sezonda cut-out parçalar alarm veriyor! Cesur bir stilin sırrı onlarda saklı.

1. Body, **Alix NYC,** 1.296 TL 2. Ceket, **MM6 Maison Margiela,** 5.030 TL 3. Çanta, **Givenchy,** 19.095 TL 4. Elbise, **Jacquemus,** 5.610 TL 5. Elbise, **Jonathan Simkhai,** 4.405 TL 6. Body, **Magda Butrym,** 3.425 TL 7. Bot, **Manolo Blahnik,** 11.560 TL 8. Şort, **Dion Lee,** 3.215 TL 9. Fendi 2021 İlkbahar-Yaz 10. Elbise, **Victoria Beckham,** 14.415 TL 11. Sandalet, **Dries Van Noten,** 4.280 TL


DESA
www.desa.com.tr

YENİLİKLER

Moda, güzellik, mücevher, kültür-sanat ve şehir hayatından son dakika haberleri.



Doğanın temel elementleri

İnsanlığın içinde bulunduğu bu zor günlerde, pandeminin belki de tek olumlu tarafı doğanın bize “Dur” demesi oldu. Zaman; hep birlikte durma, dünyayı dinleme ve doğayı yeniden hissetme zamanıydı. Mirimalist bu fikirden yola çıkarak 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda ilk kez ilhamını doğadan; ateş, toprak, su ve hava elementlerinden alan bir koleksiyona imza attı. Elementler adı verilen koleksiyonda Mirimalist’in modern, minimal ve geometrik tasarım çizgisi korunurken, daha önce hiç olmadığı kadar akışkan siluetlere ve doğadan esinlenmiş öğelere yer verildi. Tasarımlara Vakkorama mağazalarından ve mirimalist.com adresinden ulaşabilirsiniz.



Korunma tılsımları

Melis Goral Jewelry'nin Guardian koleksiyonuna eklediği tasarımlarında tılsımlı, lüks ve sanatsal dokunuşlar göze çarpıyor. Yıllardır farklı taş kesim ve montür tekniklerini mücevherlerine yansıtan markanın tasarımcısı Melis Göral Salargil, alışılagelmiş göz formunu kendi çizgisiyle yorumluyor. Koleksiyonda markanın ikonik çizgisi art deco'nun etkileri görülüyor.



Beklenen gün geldi

İtalyan lüks iç giyim markası La Perla artık Türkiye'de. Beymen.com adresi üstünden ve Bodrum'daki Mandarin Oriental içinde açılan mağazasından La Perla ürünlerine ulaşabilirsiniz. La Perla koleksiyonunda yer alan ürünler arasında ise sadece iç giyim değil, ev giyimi, plaj giyimi ve gelinlere özel tasarımlar da bulunuyor.

Zarif seçimler

İlkbaharın güçlü enerjisini renkli siluetlerle yansıtan Vakko, Anneler Günü'nde zarif aksesuarlardan modern tasarımlara sahip ayakkabı ve çantalara kadar sofistike hediye seçeneklerini bir arada sunuyor.
Vakko kadınına hitap eden çantalar mavi, pembe ve neon renklerin yanı sıra doğal tonlarda da karşımıza çıkıyor. Çantalarla kombinlenen ayakkabı ve terlikler, annelere hem rahat hem de dinamik seçenekler sunmasının yanı sıra güçlü bir stilin de tamamlayıcısı oluyor.





Tatlı hayat

Longines, “Zarafet bir tavırdır!” mottosunu tasarımlarına yansıtmaya devam ediyor. 1920’lerdeki bir modelden esinlenen ve dikdörtgen kasa ile özdeşleşen DolceVita koleksiyonu bu anlayışı bire bir yansıtıyor. Art deco dönemine özgü yeni yalın bölmeli kadran ve değiştirilebilir kayışlar, Longines DolceVita koleksiyonunu zenginleştiriyor.



En değerlisi o

Altınbaş stil sahibi annelerin zevklerine hitap eden tasarımlar ile hediye verme geleneğini bir sanata dönüştürmeye devam ediyor. Anneler günü için hazırladığı bu özel koleksiyonda, elmas yüzüklerden pırlanta kolyelere her yaş ve zevke uygun takılar yer alıyor. “Annem mutluysa, mutluluk benimle” diyen Altınbaş’ın Anneler Günü koleksiyonlarını yakından görmek için altinbas.com web sitesini ziyaret edebilir, Altınbaş Mağazalarına uğrayabilirsiniz.



İkonik modeller

Saat tutkunları için yeni bir haberimiz var! 1953 yılından beri İtalyan modasına yön veren ve 2020 yılında koleksiyonuna saat kategorisini de ekleyen Missoni’nin İsviçre üretimi saat modelleri, Saat&Saat’in online alışveriş sitesi ve mağazalarında satışa sunuldu. Her tarza uygun ikonik modelleri ile Missoni modaseverlerin stilini zarif bir şekilde tamamlıyor.



Büyülü ve gizemli

Altın ve pırlantaların birlikteliğiyle adeta bir mücevheri anımsatan Omega Constellation’ın dramatik ve kalıcı tasarımı, ünlü yarımayları, kasadaki pençeleri ve tek sıra bileziği ile dikkat çekiyor. Bu iki Constellation modeli çift olarak da mükemmel! Güçlü anne-kız bağını kutlamak isteyenlere değerli bir hediye fikri.



Miami havası

2021 İlkbahar Tommy Hilfiger Kadın Giyim Koleksiyonu Miami Vibes, Palm Beach'in lüks özel kulüplerini ve Ocean Drive'ın renkli mimarisini kutlayan stiller için Florida'ya uzanıyor. Ana renkler ve ilkbaharın pastel tonları Miami'nin art deco tarzı binaların etkisi altında buluşuyor.



Şeklin yaratıcıları

İspanya'daki Cristóbal Balenciaga Müzesi 10. yılını kutlarken aynı zamanda heyecan verici bir sergiye de ev sahipliği yapıyor. Moda dünyasına yaratıcılıkları ve unutulmaz koleksiyonlarıyla adını yazdıran Azzedine Alaïa ve Cristóbal Balenciaga'nın 100'den fazla işi "Sculptors of Shape" adlı sergide bir araya geliyor. Yolunuz İspanya'ya düşerse 31 Ekim'e kadar sergiyi ziyaret etmenizi öneririz.



Metamorfoz

Net ve keskin formların öne çıktığı Giuseppe Zanotti 2021 Kadın Koleksiyonu, siyah ve kahverengiden pastel tonlara uzanan geniş seçenekler sunuyor. Koleksiyon, Broadway müzikallerinin ihtişamını yaz kombinlerine taşırken, markanın üstün işçiliğini yeniden yüceltiyor. Bu tasarımlara Beymen mağazalarından ulaşabilirsiniz.



Plajdayız

Louis Vuitton'un Cologne Perfumes koleksiyonunun en yeni üyesi olan On the Beach, sahil şeridinin keyfini, geniş açık alanlara duyulan arzuyu ve okyanusun huzur dolu hareketliliğini anlatıyor. Uzman parfümör Jacques Cavallier Belletrud tarafından yaratılan parfümün şişe ve ambalaj tasarımı multidisipliner sanatçı Alex Israel imzası taşıyor. Parfümün ana notalarında yuzu, neroli ve aromatik bitkiler bulunuyor.

Yeni it-bag

The Kooples, ilham perileriyle birlikte yarattığı çanta geleneğini sürdürüyor. Maison, 2021 İlkbahar-Yaz sezonu için Fransız model Tina Kunakey ile birlikte tasarlanan yeni it-bag Tina modelini tanıtıyor. İlham perisi Tina, zarif ve müstehcen olmanın yanı sıra rahat ve eğlenceli olmayı da biliyor. Gündüz veya gece takılabilen, renkleri ve detayları ile klasik bucket çantaya yeni bir soluk getiriyor. Mini ve orta olmak üzere iki farklı boyda tasarlanan çanta beş ayrı renk seçeneğiyle sunuluyor.





Ünlü kediler

Miu Miu Famous Cats, farklı filmlerin meşhur kedi karakterlerini yansıtan beş tişörtten oluşan bir koleksiyon. Çok yönlü ve özgür ruhlu bu muhteşem yaratıklar, cesur, korkak, mesafeli, oyuncu, sevgi dolu ve hatta bazen acımasız olabilirler. Koleksiyonda yer alan başrol oyuncusu kediler arasında 1978 Amerikan bilimkurgu komedisi “The Cat from Outer Space”ten gelen uzaylı kedi Jake, 1979’da gişe rekorları kıran “Alien”daki Jonesy, Japon animasyon dizisi Pretty Guardian Sailor Moon’dan üç konuşan kedi, Francis Ford Coppola’nın “The Godfather” filmindeki isimsiz kedi ve Hanna Barbera’nın Tom&Jerry’sinden tanıdığımız Toodles Galore yer alıyor.



Çiçekler başrolde

Dior Makeup’ın kreatif ve imaj direktörü Peter Philips tarafından yeniden yorumlanan Forever, kadınların güzelliklerine güzellik katan sıra dışı bir fondöten. %86 oranında cilt bakımı bazlı çiçek ekstratlarıyla zenginleştirilmiş formülü cilde gereken temel bakımı sağlıyor.



BEBEK • SUADİYE • TRUPROJECT.NET

İncinin rüyası

Altınbaş, incinin zarafetine adanmış bir koleksiyona imza atıyor. İnci Koleksiyonu, 14K altın ile bir araya getirilen incileri, günlük stilin her anına uygun kılıyor. Spor, klasik ve modern stiller için de uygun olan inci koleksiyonu tasarımlarını özel gün ve gecelerde de rahatlıkla kullanabilirsiniz.





Sofistike duruş

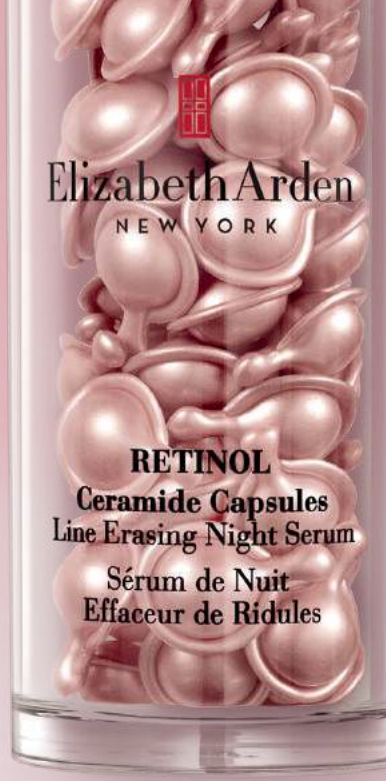
Güçlü kimliğe sahip yenilikçi tasarımlardan baştan çıkarıcı, sofistike veya vintage stillere kadar pek çok farklı model Dolce&Gabbana 2021 İlkbahar-Yaz gözlük koleksiyonunda yerini aldı. Markanın yeni koleksiyonunda yer alan bu model, dolu ve boş alanların mükemmel şekilde dengelenmesiyle dikkat çekiyor.



Renkler başrolde

H&M'in renkli boyama tekniklerine modern ve sürdürülebilir bir dönüş sağlayan Colour Story koleksiyonu, boyama ve baskı süreçlerinin çevresel etkileri konusunda farkındalık yaratan özel bir seri. Koleksiyon, biyoteknoloji, bitki bazlı pigmentler ve kapalı döngü sistemlerle benzersiz ve çekici renkler yaratıyor.





Saf. Güçlü. Kesin Çözüm.

Her cilt sorunu için uygun olan

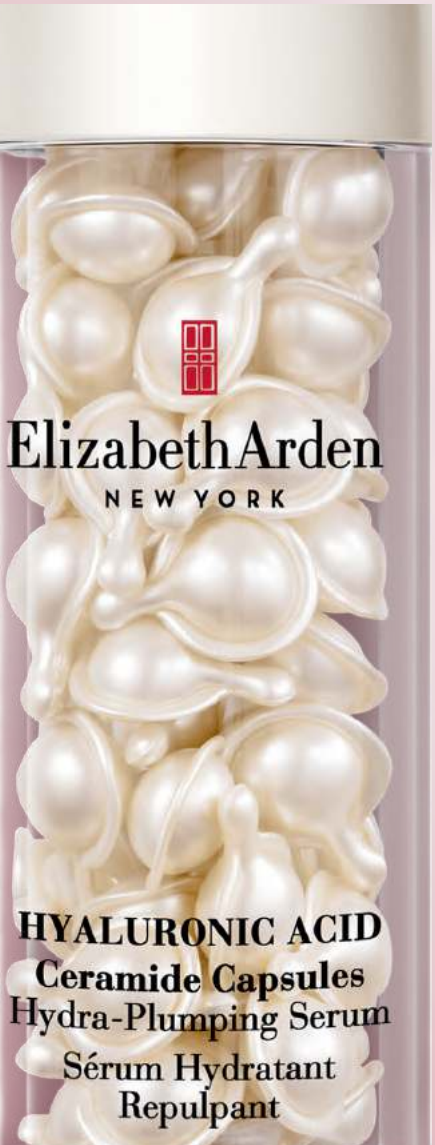
Ceramide Kapsül Serumları keşfedin.

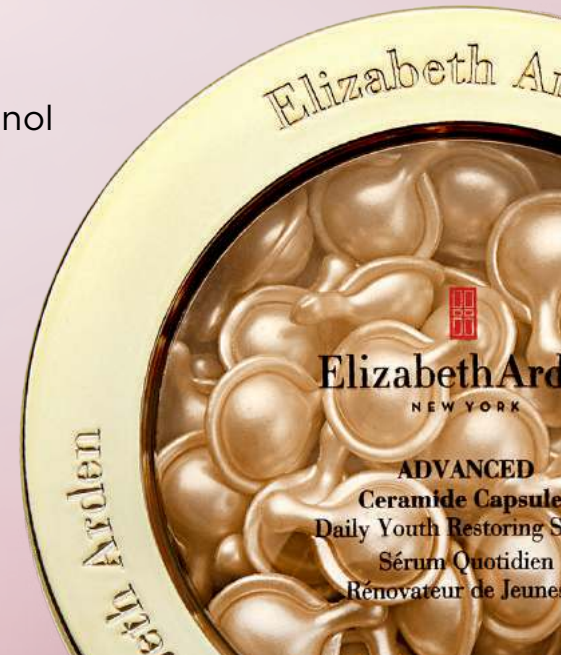
Besleyici Advanced Ceramides

Dolgunlaştırıcı Hyaluronic Acid

Işltı veren Vitamin C

Çizgi ve Kırışıklık Gideren Retinol





Elizabeth Arden
NEW YORK

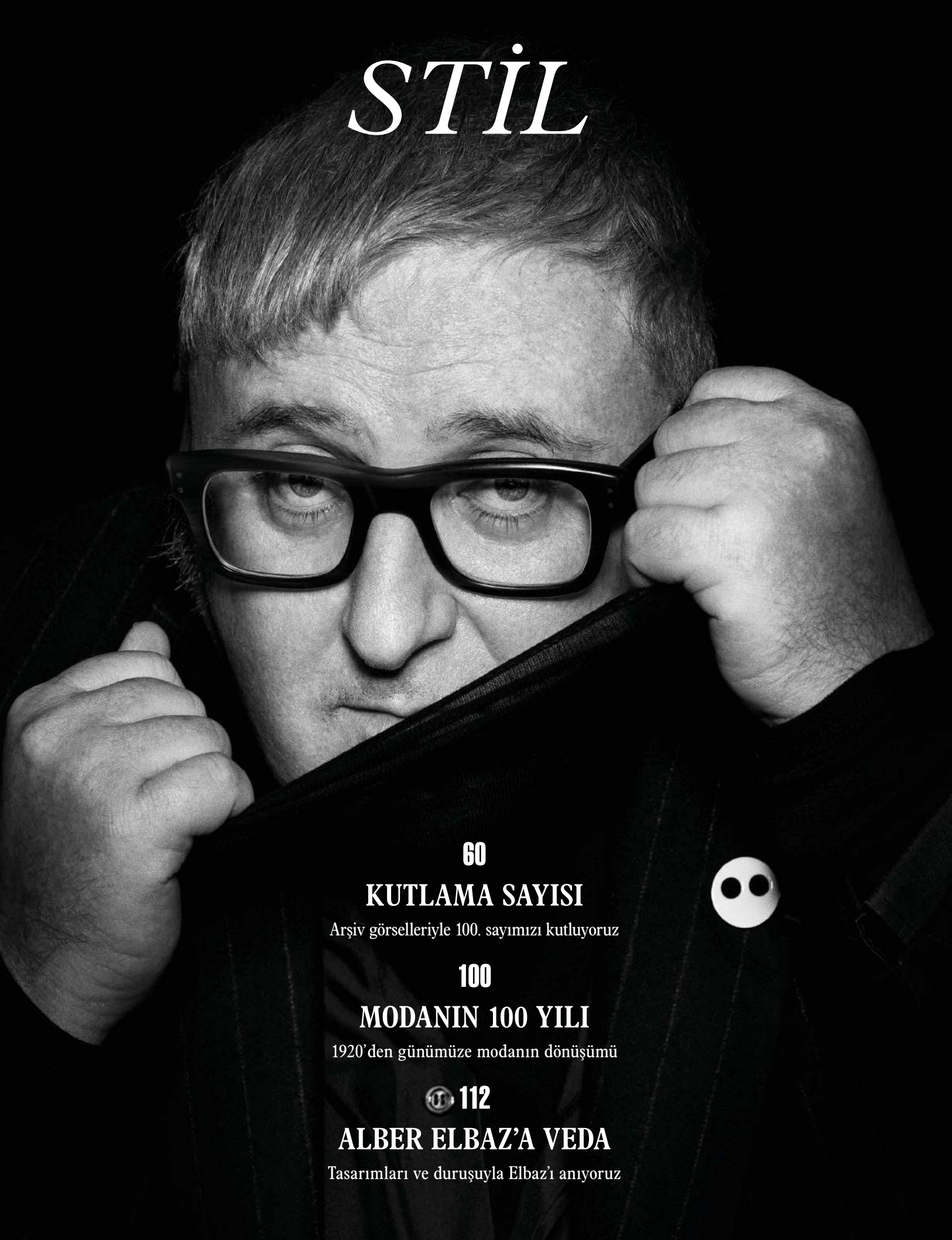
BE WELL





LOFFICIEL.COM.TR @BEWELL_TURKIYE

STİL



60

KUTLAMA SAYISI

Arşiv görselleriyle 100. sayımızı kutluyoruz

100

MODANIN 100 YILI

1920'den günümüze modanın dönüşümü

112

ALBER ELBAZ'A VEDA

Tasarımları ve duruşuyla Elbaz'ı anıyoruz



Sweatshirt, **Twist,** 499 TL



Çanta, **Balenciaga,** 15.960 TL



Pantolon, **Tibi,** 10.645 TL



Ayakkabı, **Aldo,** 899 TL



Louis Vuitton

Sokak Sanatkarları

Grafiti sanatını podyumlara taşıyor, vandalizmi olumluyoruz.



Atlet, **Zadig&Voltaire,** 75 Euro



Fular, **Burberry,** 286 Pound



Ayakkabı, **Marni,** 485 Euro



Elbise, **Louis Vuitton,** 1.630 Euro



Tişört, **Balmain,** 4.740 TL



Çanta, **Love Moschino,** 210 Euro



Tulum, **Isabel Marant,** 7.255 TL

Ceket, **Golden Goose,** 1.020 Euro



EN ÖZEL ANNELER GÜNÜ ARMAĞANI,

ONUN SİHİRLİ IŞIĞI...

Annenize onun ruhunu yansıtan cevheri, sizi siz yapan eşsiz mirasın sembolünü armağan edin.
Aranızdaki sonsuz sevgi bağı, onun Bee Goddess tılsım mücevheri ile nesilden nesile aktarılan bir ışığa dönüşsün.

BEE GODDESS

ZORLU CENTER FLAGSHIP MAĞAZAMIZI KEŞFEDİN !

101 Walton Str. London, Bakü
Akmerkez, Akasya, Zorlu, İstanbul, Mandarin Oriental,
Yalıkavak Marina, Bodrum, Hillside, Fethiye

Online: www.beegoddess.com



Etek, **MAX&Co.,** 1.589 TL



Küpe, **Be for B**



Bluz, **Perspective,** 499 TL



Elbise, **Twist,** 459 TL



Minimalist Siluetler

90'ların minimalist tavrı günümüz modasında tekrardan hayat buluyor.



Elbise, **Academia,** 1.199 TL



Çanta, **Yuzefi,** 5.225 TL



Tunik, **Bottega Veneta,** 10.640 TL



Elbise, **Alexander Wang,** 12.674 TL



Kolye, **Twist,** 179 TL



Ayakkabı, **The Row,** 9.095 TL



Etek, **Nanushka,** 3.338 TL

CAUDALİE

PARIS

Cilt lekeleri üzerinde doğal olarak etkili.

Koyu leke görünümünde azalma

-63% **



Öncesi
İlk gün

Sonrası
56. gün



N°1
Fransız eczanelerinde*

YETKİLİ ECZANELERDE VE CAUDALIE.COM ADRESİNDE.

* IQVIA - PharmaOne – Fransa'daki satış noktalarında leke karşıtı ürünler kategorisinde (82B4 sınıfı)- CMA Haziran 2020 – ciro bakımından. ** Klinik çalışma, dermatolojik değerlendirme, 56 gün, 65 kadının %91'i.



Bluz, **Brunello Cucinelli,** 9.150 TL



Etek, **Machka**, 1.550 TL



Ayakkabı, **Loewe,** 8.045 TL



Gömlek, **Machka,** 1.250 TL



Kolye, **Retrouvai,** 75.630 TL

Her Daim İş Molası

İş dünyasında kendinden emin adımların anahtarı rahat paçalar!



Gömlek, **Alexander Wang, Beymen**



Yelek, **Beymen Collection,** 1.039 TL



Pantolon, **MaxMara,** 5.829 TL



Saat, **Omega**



Pantolon, **Nanushka,** 3.550 TL



Ceket, **Loulou Studio,** 3.870 TL



Çanta, **Stella McCartney,** 7.985 TL

THE SHOP
ÇIRAĞAN PALACE

Anın Tadını Çıkarın



Birbirinden özel lezzetler ve hediyelerden
dilediğinizi sitemizden sipariş edebilirsiniz.
www.ciraganpalaceshop.com

Çırağan Palace
kompleksi



Elbise, **MAX&Co.,** 1.959 TL



Küpe, **Ipekyol,** 129 TL



Elbise, **Stella McCartney,** 7.490 TL



Terlik, **Bottega Veneta,** 76.945 TL



Alberta Ferretti

Havayı Koklayan Kadın

Bu yaz amacımız sıcaktan kaçınmak değil, aksine örgü parçalarla pekiştirmek.



Elbise, **Saint Laurent,** 11.515 TL



Şort, **Twist,** 299 TL



Bluz, **Missoni,** 7.837 TL



Elbise, **Academia,** 799 TL



Pantolon, **Brunello Cucinelli,** 20.315 TL



Elbise, **Bottega Veneta,** 13.448 TL



Bluz, **Nanushka,** 3.145 TL



Sandalet, **Khaite,** 8.030 TL



Signature Perfume Collection

by Sevilla

"güzelliğin dünyası"

/SevilParfumeri

0212 227 38 45

Online alışveriş için: www.sevil.com.tr



Şapka, **Academia,** 239 TL



Sweatshirt, **Twist,** 799 TL



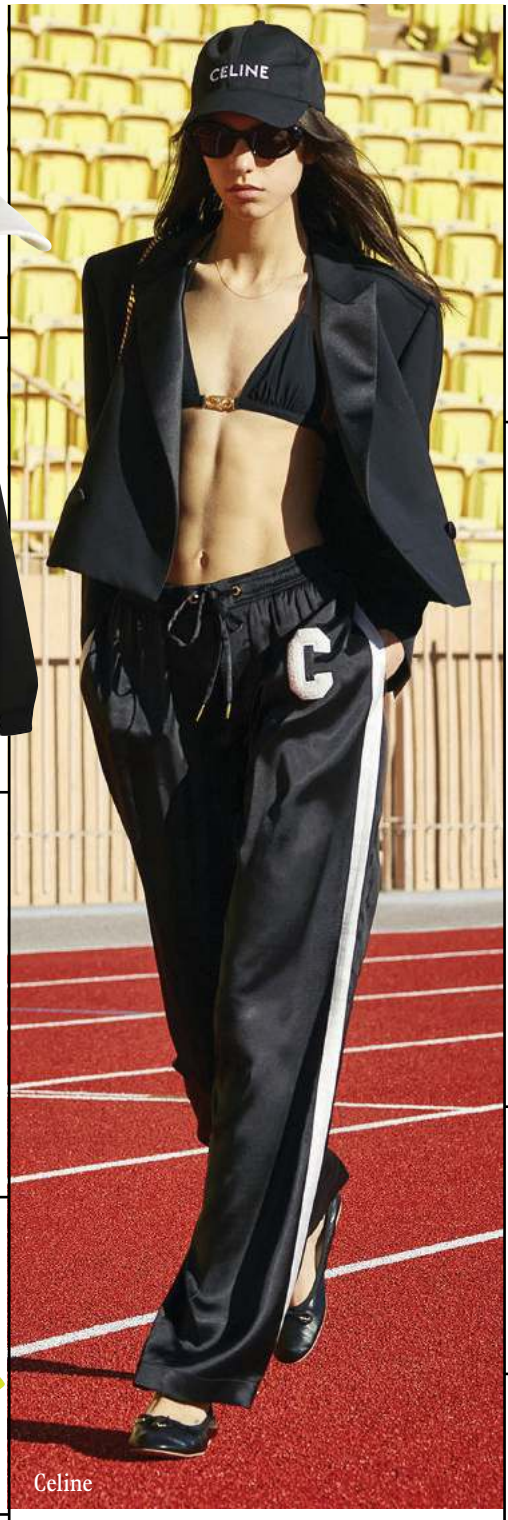
Yağmurluk, **Givenchy,** 15.385 TL



Şort, **Adidas by Stella McCartney,** 725 TL



Ayakkabı, **Balenciaga,** 5.756 TL



Celine

Metropol Olimpiyatları

Spor giyimi sokak stili ile harmanlıyor ve şık olmanın yeni normlarını oluşturuyoruz.



Büstiyer, **Alexander Wang, Beymen**



Eşofman, **Burberry,** 5.515 TL



Küpe, **Melissa Joy Manning,** 950 TL



Ceket, **Saint Laurent,** 19.255 TL



Büstiyer, **Academia**

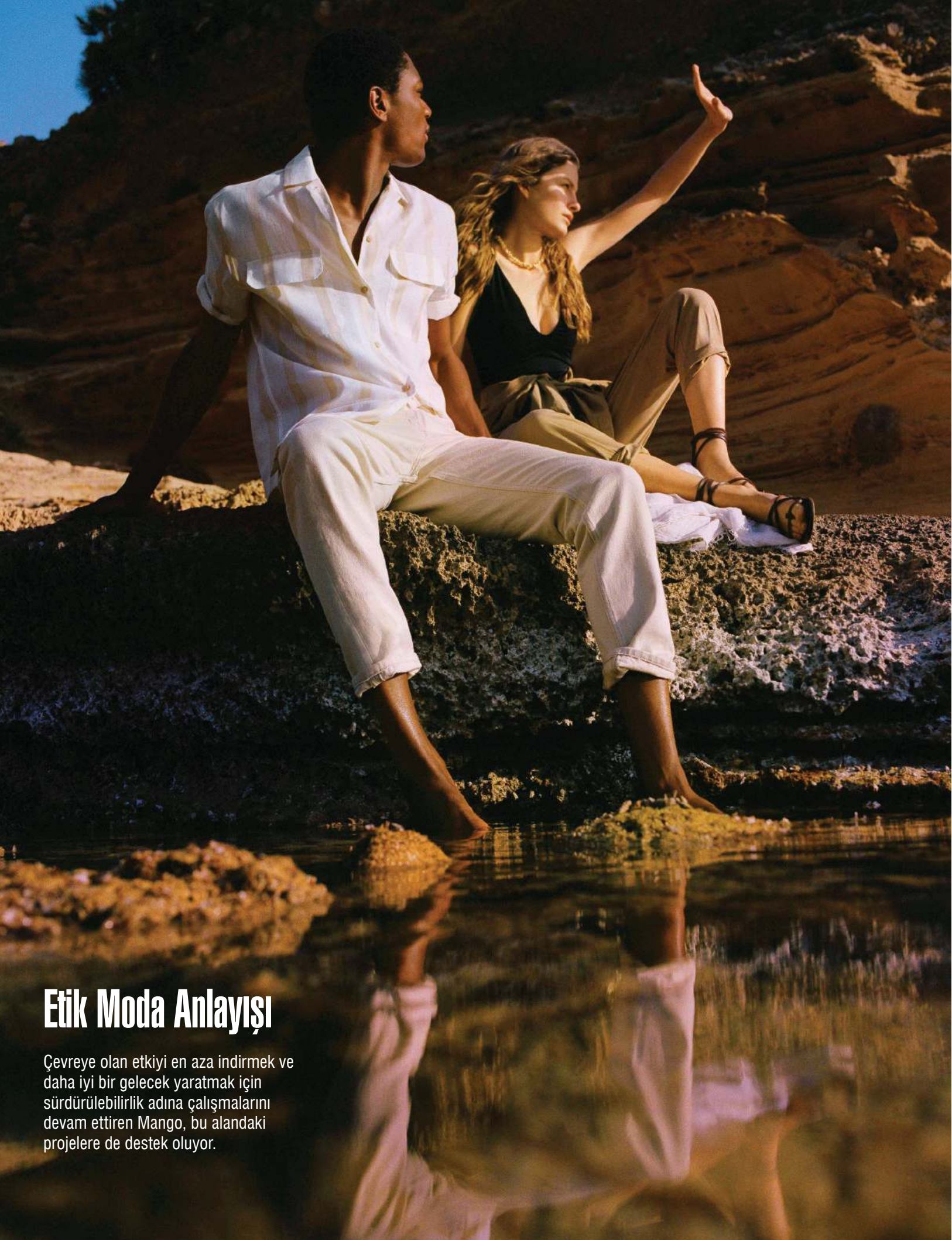


Bluz, **Balmain,** 6.775 TL



Pantolon, **Isabel Marant,** 22.055 TL


Levi's®
KIYAFETLERİN SENİ ANLATIR
Karşınızda su tasarruflu, ağaç dostu,
atık azaltan modellerden oluşan yeni serimiz.
→ Daha fazla bilgi için
@ levis.com.tr/degerlerimiz/surdurulebilirlik
©2021 LEVI STRAUSS & CO.



Etik Moda Anlayışı

Çevreye olan etkiyi en aza indirmek ve daha iyi bir gelecek yaratmak için sürdürülebilirlik adına çalışmalarını devam ettiren Mango, bu alandaki projelere de destek oluyor.



Stratejik mihenk taşlarından biri olan sürdürülebilirlik konusunda ilerleme kaydetmeye devam eden Mango, daha etik ve sürdürülebilir bir moda endüstrisine katkıda bulunmak gibi büyük ve zorlu bir hedefi gerçekleştirmek için çevre üzerindeki etkisini azaltan girişimlerde bulunuyor. 2019'da Moda Paktı'nın imzalanmasından bu yana Mango, emisyonların ve atıkların azaltılması, döngüsel ekonomi, biyolojik çeşitlilik, şeffaflık ve izlenebilirlik gibi alanlarda verdiği sözler doğrultusunda sağlam adımlar atıyor.

Mango'nun Committed koleksiyonu, markanın farklı koleksiyonlarının sürdürülebilir özelliğe sahip tüm ürünlerini kapsayan, kalıcı bir koleksiyon haline geldi. Bu sezon, Mango ürünlerinin yüzde 79'u bu koleksiyonunun bir parçası ve şirket 2022'de bu oranın yüzde 100'e ulaşmasını bekliyor. Sürdürülebilir elyafların kullanımı ve sürdürülebilir süreçlerin uygulanması, çevre üzerindeki etkiyi azaltıyor ve döngüsel bir ekonomiye katkıda bulunuyor.

Sürdürülebilir elyafların kullanımıyla ilgili olarak Mango, 2025 yılına kadar koleksiyonlarında yüzde 100 sürdürülebilir pamuk ve yüzde 50 geri dönüştürülmüş polyester bulunmasını hedefliyor. 2030'da Mango, selülozik liflerin yüzde 100'ünün kontrollü bir menşeye sahip olmasını ve izlenebilir olmasını amaçlıyor.

Mango'nun CEO'su Toni Ruiz konuyla ilgili, "Her defasında daha da sürdürülebilir olmak için çalışmaya devam etmeye kararlıyız. Bu nedenle, çevreye olan etkiyi en aza indirmemizi ve kendimiz için belirlediğimiz zorlu sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmamızı sağlayacak çok iddialı projelerle bu konuda büyük adımlar atıyoruz" ifadesini kullandı.

Biyoçeşitlilik konusuyla ilgili Moda Paktı'nın imzalanması ile verdiği sözlerin bir parçası olarak Mango, önümüzdeki Nisan ayından itibaren, 1993'te kurulan ve Manu San Félix'in öncülük ettiği Vellmarí Derneği ile bir işbirliğine başlayacak. Biyolog, dalgıç, fotoğrafçı ve National Geographic kaşifi olan Manu San Félix'in amacı, insanları doğaya yaklaştırmak, onları büyülemek ve onlara okyanusların hayatımızdaki önemini anlamaları için ilham kaynağı olmak. Kar amacı gütmeyen dernek, Formentera'daki merkezinden, Akdeniz'de koruma ve eğitim projeleri yürütüyor. Mango, derneğin, Akdeniz'de endemik bir tür olan Posidonia'nın korunması için yenilik, araştırma, deniz eğitimi ve farkındalığı birleştiren öncü koruma projesi olan Posidonia Lab'ı destekleyecek. Manu San Félix'in de belirttiği gibi: "Bizim yanlış yaptığımız konularda, gençleri bu hataları tekrarlamamaları için eğitmenin daha iyi bir gelecek yaratmak demek olduğuna inanıyoruz."

Mango, tedarik zincirindeki plastik ambalajları kağıt ambalajlarla değiştirme projesine devam ediyor. Şirketin hedefi, tedarikçileri ile işbirliği içinde, üretim zinciri boyunca ürünlerin dağıtımı için kullanılan tüm plastik ambalajları aşamalı olarak ortadan kaldırmak. Böylelikle, proje tamamlandığında Mango, yılda yaklaşık 160 milyon plastik ambalaj kullanımına son vermiş olacak. Marka, geçtiğimiz Nisan ayından itibaren Türkiye'deki tedarikçileri ile bu projeyi uygulamaya başladı ve önümüzdeki aylarda proje, diğer ülkelerde de aşamalı olarak devam edecek.

2020 yılında Moda Re ile birlikte yürüttüğü geri dönüşüm projesiyle Mango, 42 ton kullanılmış kıyafet topladı. Bunlar; yeniden kullanım, geri dönüşüm ve enerji geri kazanımı için Mango satış noktalarında toplanıyor. Mango, 2020 yılında 11 ülkedeki mağazalarında 610 geri dönüşüm noktasına sahipti ve 2021 yılında bu hizmet, Avusturya, İtalya, Polonya, Türkiye, İsviçre ve Rusya gibi ülkelerin de dahil olduğu 200'den fazla yeni geri dönüşüm noktasıyla yaygınlaştırılacak.







Sezon Trendi: Rahatlık!

Sweatshirt'lerin bu sezonun en hit parçalarından biri olduğunu iddia ediyoruz. Rahat ve şık olmak çıkış yolumuz.



MaxMara
Dolce&Gabbana
Miu Miu
No.21
Prada

STİL TAMAMLAYICILARI



1. Pantolon, **Maison Margiela,** 4.030 TL
2. Sweatshirt, **Saint Laurent,** 5.710 TL
3. Sweatshirt, **MAX&Co.,** 1.469 TL 4. Güneş gözlüğü, **Gucci,** 3.310 TL 5. Etek, **Max Mara,** 1.450 TL
6. Tayt, **Beymen Club,** 549 TL 7. Terlik, **JW Anderson,** 4.790 TL
8. Sweatshirt, **Loewe,** 6.290 TL 9. Çanta, **Marni,** 10.660 TL 10. Ceket, **Machka,** 2.550 TL 11. Küpe, **Timeless Pearly,** 2.999 TL

TUMI

McLaren



PERFORMANCE WITH PURPOSE

TUMI KANYON TUMI AKMERKEZ İSTİNYEPARK TRUNK&CO

SHOP ONLINE | TUMI.COM.TR

Bir Küçük Dünya

Her çanta karıştırışınızda sizi bir sürprizle karşılaştırabilecek sonsuz büyüklükteki Tote Bag'ler sezonu selamlıyor.



Fendi, 19.285 TL

Güncelimiz dolayısıyla, her çalışan insanın son zamanlarda nihai partneri olan bilgisayarlarını yanından eksik edemediği şu günlerde, modaya dair tercihlerimiz de koşulların şekillendirmesine bir nevi teslim oldu. Hem gününüzü daha verimli hale getirmenizi sağlayacak pragmatik çözümlerin hem de stilinizi yansıtabileceğiniz trend parçaların arayışındaysanız, dizüstü bilgisayarın çok ötesinde içine dünyaları sığdırabileceğiniz Tote Bag'ler arayışınızın cevabı olacak. Mesela dikkat çekici silueti ve deri panelleriyle İtalyan derisini kaliteli bir şekilde sunan "Baloon Bag"in tam Marni'den beklenecek çanta tasarımlarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Italya'nın materyal zenginliğinden yararlanan bir diğer marka olan Tom Ford'un deri kontürle çizilmiş temiz kanvasın üzerine yazdığı tek bir şey var; o da elbette kendi ismi. İspanya'nın birkaç başarılı deri zanaatkarı tarafından kurulan Loewe, zanaatın sanat mertebesine yükselebileceğinin kanıtlarından biri. Jonathan Anderson imzası taşıyan anagram baskılı tasarımı ise bu durumu bir kez daha tasdikliyor. Fendi'nin minimal fakat gold ve deri detaylarıyla şık bir siluete sahip olan "Sunshine" tasarımı, adının hakkını vererek gününüze güneş gibi doğacak. Burberry'e ait ve sezonun "it bag"lerinden biri olan "The Pocket Bag"i de tote bag konusunu işlerken es geçmek olmazdı. Bottega Veneta'nın marka ile özdeşleşmiş örgü detayının Daniel Lee ile boyut atladığı gerçeğini göz ardı etmeksizin, modaevinin mirasına bağını da ayrıca takdir ediyoruz. Sunduğumuz seçeneklerin kafa karıştırıcı olduğunun her ne kadar bilincinde olsak da, eminiz ki kendiniz için en doğru olanı seçeceksiniz.

HİT SEÇENEKLER



Bottega Veneta, 15.790 TL



Loewe, 18.380 TL



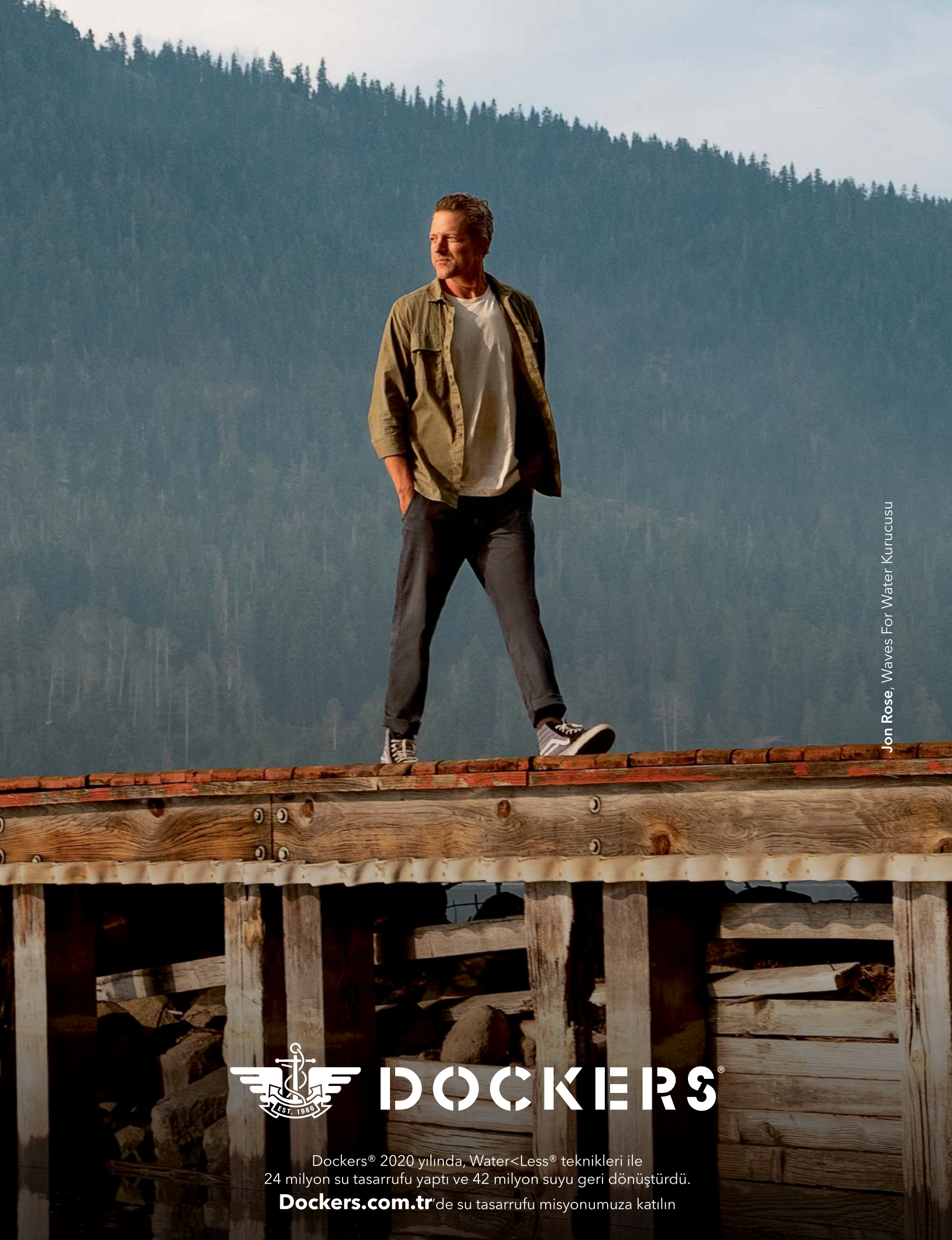
Tom Ford, 9.178 TL



Burberry, 10.160 TL



Marni, 15.965 TL


Jon Rose, Waves For Water Kurucusu
DOCKERS®
Dockers® 2020 yılında, Water<Less® teknikleri ile
24 milyon su tasarrufu yaptı ve 42 milyon suyu geri dönüştürdü.
Dockers.com.tr'de su tasarrufu misyonumuza katılın

Versace "La Medusa"

Medusa'nın eşsiz cazibesine ve güzelliğine kapılıyoruz.



1. Ceket, **Academia,** 1.439 TL 2. Şort, **Twist,** 459 TL 3. Bluz, **Balmain,** 5.660 TL 4. Bluz, **Perspective,** 249 TL 5. Çanta, **Versace,** 20.600 TL 6. Versace 2021 İlkbahar-Yaz 7. Etek, **MAX&Co.,** 1.829 TL 8. Gömlek, **Meryll Rogge,** 4.250 TL 9. Elbise, **Self-Portrait,** 3.870 TL 10. Etek, **Sportmax,** 4.259 TL 11. Elbise, **Alexandre Vauthier,** 12.800 TL

Hikayesi
Giovanni Maria "Gianni" Versace tarafından Milano'da 1978 yılında kurulan lüks modaevi, kurulduğu günden bu yana ürettiği işlerle hep dikkatleri çekmiş ve İtalya'nın dünyanın moda merkezlerinden biri olmasını sağlayan markalardan biri olmuştur. İlk yıllarında logo olarak markanın yaratıcısı Gianni Versace'nin kendi ismini kullanan marka, 1993 yılında logosunu Yunan mitoloji kahramanı Medusa ile güncellemiştir. Hem korkunç hem de çekici, grotesk bir yaratık olan Medusa'nın, Versace'nin kendine güvenen, cazibeli fakat bir o kadar da tehlikeli olabilen kadınını en iyi şekilde yansıttığı bir gerçek.
Stili Bizleri 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda "La Medusa" isimli tasarımı ile tanıştıran marka, isminden de anlaşılacağı üzere bir kez daha ilhamını nihai kaynağı olan Medusa'dan alıyor. Siyah renginin yanı sıra lila, fuşya gibi göz alıcı renk alternatifleri olan çantanın elbette Donatella Versace'nin favori rengi olan maviye bezenmiş bir alternatifi de bulunuyor.
Kullanımı Kübik, dikdörgen veya "Lady Like" gibi farklı modelleri olan tasarım, bu yaz her anınıza eşlik etmeyi garanti ediyor. İster el çantası ister omuz çantası olarak kullanabileceğiniz tasarım, modern ve dinamik bir arayış içinde olanlar için muazzam bir seçenek.



“Impossible Is Nothing”

Geleceği keşfe çıkan ve tarih yazan öncü isimler, sporun birleştirici gücünü öne çıkarıyor.





adidas’ın film serisinde yer alan Beyoncé ve Mohamed Salah, sporun insanların hayatını değiştirme gücü konusunda ilham kaynağı oluyor.



“Impossible is Nothing” kampanyasıyla dünyaya ilham veren sporcuları ve ünlü isimleri bir araya getiren adidas, daha iyi bir geleceği şekillendirmenin mümkün olduğunu yeniden kanıtlıyor. Beyoncé, Paul Pogba, Tiffany Abreu, Mohamed Salah, Siya Kolisi ve Nneka Ogwumike gibi ünlü isimlerin yer aldığı kampanya, markanın geleceğe yön veren tutumunu ele alıyor. Film serisinde hayatlarına dokunma şansına sahip olduğumuz ünlüler, sporun ve adidas’ın insanların hayatlarını değiştirme gücünü yansıtmakla kalmayıp en özel anılarını da bizlerle paylaşıyor. Evlerinden çekilen görüntülerle kendi gerçekliklerini yansıtan isimler bize belgesel tadında bir film serisi sunuyor.

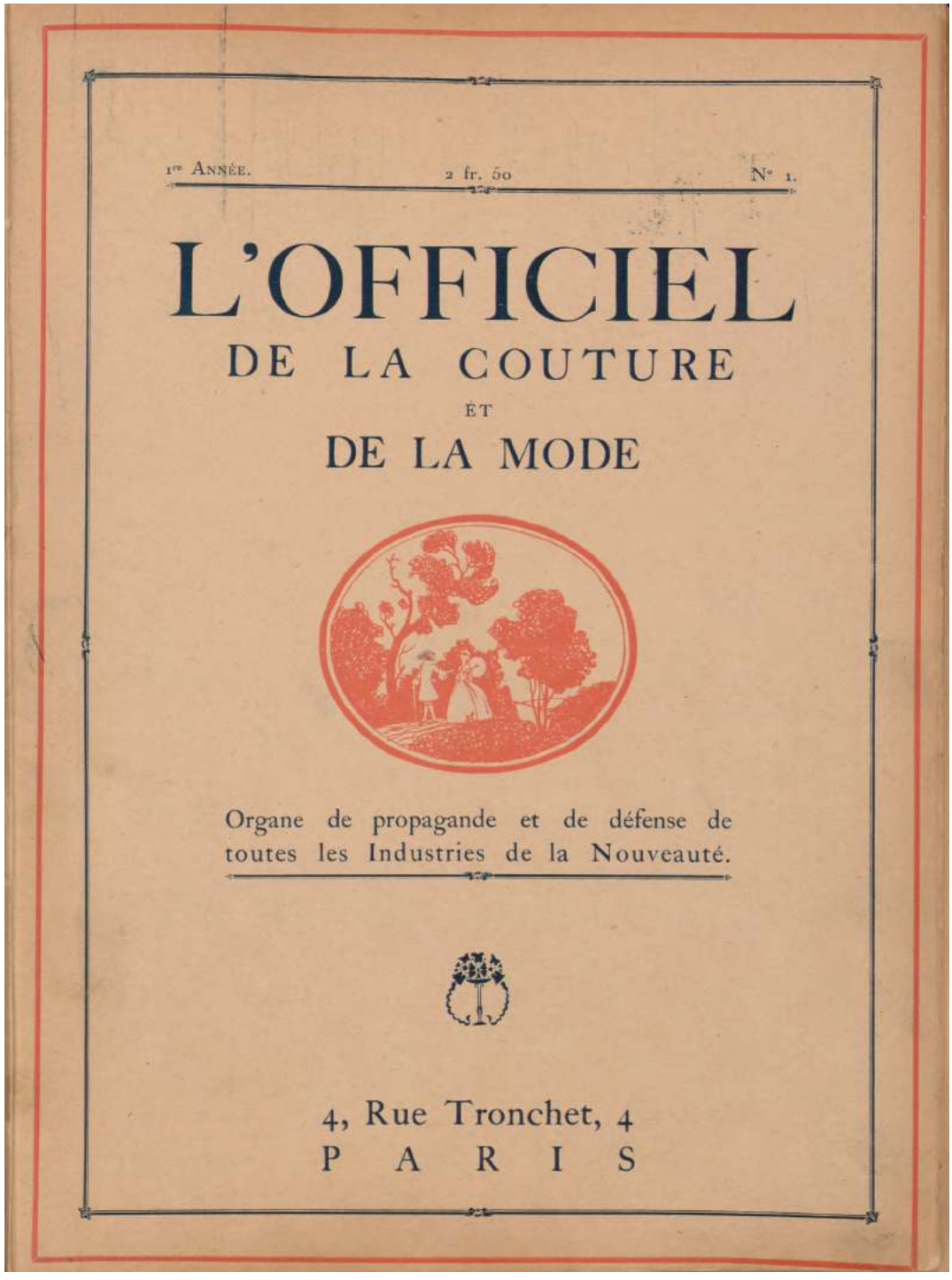
Olasılıklarla dolu dünyada imkansıza karşı koymanın ve kendi yolunda ilerlemenin önemine değinen adidas, istersek ne kadar güçlü olabileceğimizi gösteriyor. adidas, eyleme geçmenin hayatları nasıl şekillendirdiğine, spor kültüründeki hikayelerin ilham verebileceğine ve en önemlisi de olasılıkları gerçeğe dönüştürmenin mümkün olduğuna inanmamızı istiyor. “Impossible is Nothing” kampanyası için bir araya gelen Eda Erdem, Cansu Köksal ve Zeynep Bastık kendi ilham verici hikayelerini adidas aracılığıyla paylaşma şansını elde ediyor. Sporun farklı kategorilerinden kampanyaya katılan sporcular Yusuf Yazıcı, Burak Yılmaz, Çağla Nur Uzundurukan ve Meryem Boz da güçlü hikayeleriyle kampanyaya destek veriyor.



L'OFFICIEL kutlama sayısı



Moda dünyasının nabzını tutan, stil, lüks ve güzellik alanında rafine seçimlerini okuyucusuyla buluşturan L'Officiel Fransa bu yıl 100. yılını dolduruyor. Bizler de L'Officiel Türkiye olarak 100. sayımızı kutlama mutluluğunu sizlerle paylaşıyoruz.



1921

Bir markanın senelerce varlığını aynı kalitede koruması günümüz şartlarında oldukça zor. Özellikle zorlu şartlara sahip yayın dünyasında bunu başarmak ise takdire şayan bir durum. Bundan tam 100 yıl önce ilk sayısını yayımlayan L'Officiel Fransa bu nedenle tüm övgü ve alkışları hak ediyor doğrusu. Modaya yön vermesinin yanı sıra, popüler kültürün de nabzını tutan L'Officiel, 21 ülkede yayın hayatına devam ediyor. Lükse bir tutku penceresinden bakarken, okuyucularına stil, güzellik ve yaşama dair her alanda ilham olmaya devam ediyor.

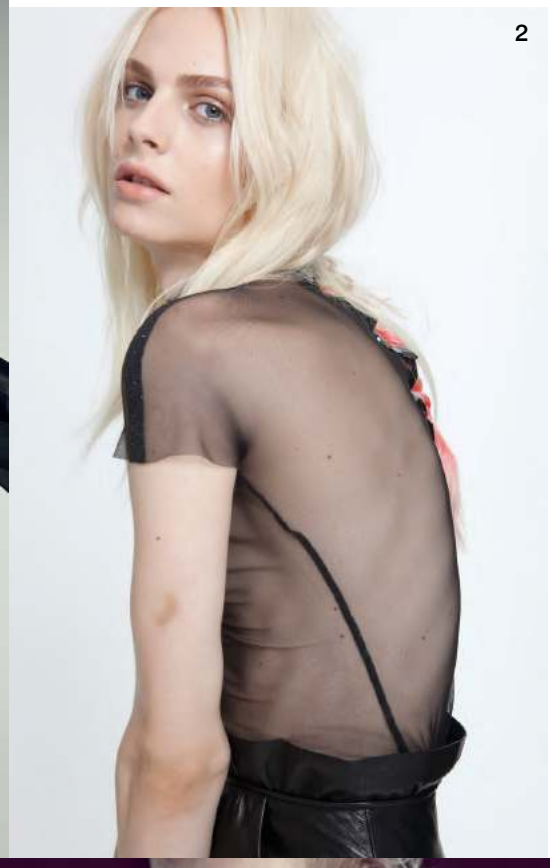
Bu ay 100. sayısını kutladığımız L'Officiel Türkiye edisyonu ise Fransız bakışını kendi değerleriyle harmanlayarak ve yorum katarak 9 yıldır okuyucularıyla buluşuyor. Her sayısını özgün bir tema çerçevesinde bir hikaye olarak yorumladığımız L'Officiel Türkiye, alışılmışın ve kalıpların dışına çıkarak her ay merak edilen isim ve konuları mercek altına alıyor.

Stil sahibi, özgün, yaratıcı, rafine bir zevke sahip okuyucularımızla daha nice 100 sayıları birlikte görmek en büyük dileğimiz.

Bu sayıyı; L'Officiel Türkiye'yi her ay merakla bekleyen, takip eden değerli okuyucularımıza ve 9 yıl boyunca dergide emeği geçen her isme hediye ediyoruz.



1



2

2012



3



4

1. Parizyen bir rüzgar eşliğinde Tuba Ünsal'ın zamansız stili.
2. L'Officiel Türkiye'nin ilk kapağı yıllarca hem kadın hem erkek kıyafetleri ile podyuma çıkan ve daha sonra ameliyatla kadın olan Andrej Pejic. 3. Stili, duruşu ve özel hayatıyla radarımızda olan Derin Mermerci. 4. Vlada Roslyakova ile New York sokaklarını keşfe çıktık.

2013


1


2


3


4


5


6


7


8


9

1. Tüm güzelliğiyle Natalia Vodianova.
2. Sara Sampaio ile Bodrum'da buluştuk.
3. Siyah beyaz karelerle Saadet Işıl Aksoy.
4. İtalyan fotoğrafçı Pierpaolo Ferrari'nin gözünden...
5. İç ısıtan kareleriyle Berrak Tüzünataç.
6. Emre Güven'in objektifinden Mayıs sayısı kapak kızı Barbara Palvin.
7. 1. yaş kutlamamızda Ahu Yağtu bizlerleydi.
8. Her dönemin parlayan yıldızı Cansu Dere.
9. Anna Beatriz Barros Aralık kapağımız için İstanbul'daydı.
10. Moda dünyasının yetenekli ismi Ece Sükan.


10



1

2014

1. Doğal kareleriyle Tuba Büyüküstün. 2. Harikalar diyarında Eugenia Volodina 3. Ava Smith, İstanbul'daydı. 4. Saadet Işıl Aksoy'la Toskana'da buluştuk. 5. Başarılı oyuncu Angela Lindvall'la Los Angeles'ta gerçekleştirdiğimiz moda çekiminden... 6. Romantik bir hikaye eşliğinde Manon Leloup. 7. Desenler ve renkler eşliğinde bir moda çekimi. 8. New York'ta Mehmet Erzincan'ın gözünden Coco Rocha.



2



3



4



5



6



7



8


1


2


3

2015


4

1. Ayça Elkap'ın seçkileriyle yetenekli oyuncu Cansu Dere. 2. Emre Ünal'ın objektifinden başarılı model Marine Deleeuw. 3. Stil sahibi Manon Leloup. 4. New York'lu parizyen Julia Restoin Roitfeld. 5. Sanatçı ruhlu Frida Gustavsson. 6. Ünlü model Lindsay Ellingson. 7. Alessandra Ambrossio ile Los Angeles'ta buluştuk.


5


6


7



1

2016



4

İşlemeli ceket ve pantolon, ipek gömlek, deri kemer ve terlikler, GUCCI



2

İpek body, 2,95 TL, PREEN BY THORNTON BEYMEN
Tüy ceket, B.AKIL BEYMEN
İnci altın bileklikler, adedi, 5,620 Euro, CHANEL
En sağda: Gümüş ve pantolon, prodüksiyona ait Zincir kolye, LANVIN



3

1.Güzellik elçisi kimliğiyle Sinem Kobal.
2. 80'ler partisinden retro bir kare.
3. Van Gogh'un yaşadığı kasabada gerçekleştirdiğimiz moda çekimi. 4. Başarılı model Jacquelyn Jablonski röportajını Güneş Uysalefe gerçekleştirdi. 5. Venedik'ten zengin desenler ve parlak mücevherler. 6. Ümit Savacı gözünden mayıs kapak kızı.



5



6



1



2



3

2017



4



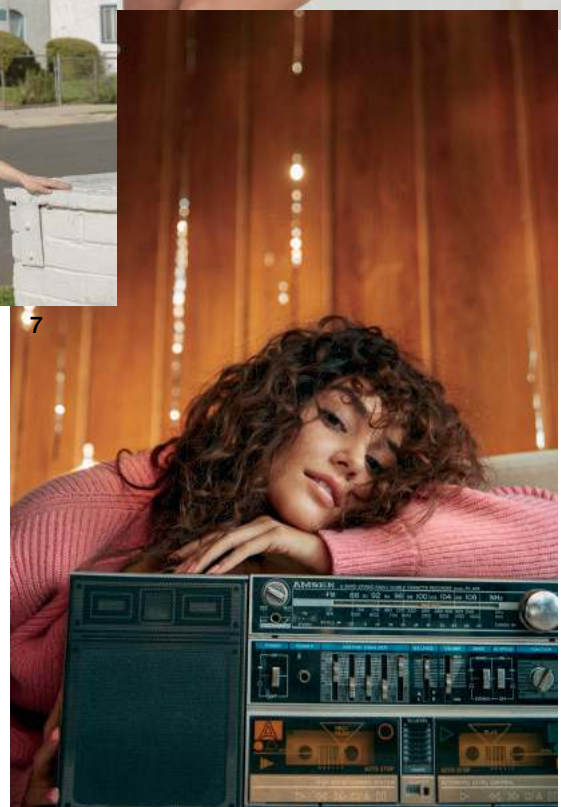
5

bise,
vada
, 150 USD,
us



6

615 TL,
llection
ntolon, 495 TL,
ı Kaşmir palto,
xMara Deri
5 TL, Stella
, Beymen



7

1. Dört ünlü isim İstanbul Kırmızısı için bir araya geldi. 2. Kürk detaylarıyla sonbahara giriş. 3. İçimizdeki retro ruha hitap eden mayolar... 4. Allyn Spielberg ile Los Angeles'ta bir araya geldik. 5. Şiirsel naifliği ile Yasemin Özilhan. 6. İlk sinema filmiyle Elçin Sangu. 7. Milenyum çağı yıldızı Hande Erçel.

2018



1. Kıvanç Tatlıtuğ ile Karadeniz'e açıldık. 2. Kendi olmaktan vazgeçmeyen Neslihan Atagül Doğulu. 3. Genç kuşak oyunculardan Büşra Develi. 4.Ekranların en cool çifti Cansu Dere ve Metin Akdülger bir arada. 5. Türkiye'nin en çok konuşulan isimlerinden Şeyma Subaşı. 6. Günümüzün en iyi kadın oyuncularından Aslı Enver. 7. Sade ve zarif çizgisiyle Yasemin Özilhan. 8. Bergüzar Korel ile anne, oyuncu ve yıldız olmaya dair...



2



3



4



5



6



7



8







2019

1. Elçin Sangu ile Bodrum'da bir mola.
2. Selçuk Danyıldız'ın objektifinden Burcu Biricik. 3. Hem yalın hem de göz alıcı Meryem Uzerli. 4. İspanyol Influencer Gala Gonzales. 5. Genç ve başarılı oyuncu Demet Özdemir'le yeni projesi üzerine... 6. Sağlam oyunculuğuyla Özge Özpirinççi. 7. Sonbahar-kış koleksiyonlarını kapak kızı Charlotte Carey Tampubolon ile keşfediyoruz.









L'OFFICIEL

2020


1


2


3


4


5

1. Tuğberk Acar'ın gözünden Beren Saat. 2. Tuğçe Bahçıvangil'in seçkileriyle Lut ve kızları pandemi dönemindeki ilk kapağımızdı. 3. Olağan dışı bir yaza girerken Hazar Ergüçlü... 4. En zarif ve en naif isimlerden Arzum Onan. 5. Dijital girişimci Caroline Daur ile ilkbahar-yaz sezonunu keşfediyoruz. 6. Sinematografik kareler eşliğinde Esra Bilgiç. 7. En sevdiğimiz kapak yıldızlarımızdan Elçin Sangu. 8. Beş çayına Büşra Develi'nin evine davetliyiz.


6


7


8

Büyülü Desenlerin Kraliçesi

Koleksiyonlarında Latin Amerika kültürünü yansıtan Kolombiyalı tasarımcı Johanna Ortiz ile yeni sezon ürünleri ve markası ile ilgili keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.



Johanna Ortiz'in tasarımlarında göze çarpan en önemli özellik, fantastik Latin Amerika'nın büyülü gerçekçiliğinden ilham alıyor olması.

Markasını yaratırken ülkesinin sözcüsü olmayı da hedefleyen tasarımcı Johanna Ortiz, koleksiyonlarında kullandığı renk ve desenlerle doğduğu topraklara adeta teşekkür ediyor. Yerel topluluklara da tasarımlarıyla ve iş olanağı sunarak destek olan Ortiz, ilhamını sofistike ve dünyanın her yerinde hayranlık duyduğu güçlü kadınlardan alıyor.

Her şey nasıl başladı, anlatır mısınız?
Ft Lauderdale'deki The Art Institute'da moda tasarımı eğitimi gördüm ve ardından Kolombiya'ya dönüp yazlık kıyafetler tasarlamaya başladım. Bu bir anda, küresel bir kadının zarif, rahat tarzından ilham alan, ancak Latin Amerikalı kadınların neşeli, kadınsı tarzını da buna eklemleyen bir hazır giyime dönüştü. Tam da giymek istediğim ama piyasada bulması kolay olmayan tarzda giysiler.

Başlamadan önce markanızın karakteri hakkında bir fikriniz var mıydı?
Her zaman ülkemin sözcüsü olmak ve Latin Amerika kültürünün güzelliğini göstermek istediğimin farkındaydım. Bu, koleksiyonlarımda baskılar, çizgiler ve renk paletleri aracılığıyla zarif bir şekilde betimlemeye çalıştığım bir vizyon. Ancak, büyüyüp daha evrensel hale geldikçe, markanın karakteri ve Johanna Ortiz kadını yıllar içinde gelişim gösterdi. Bugünün JO marka karakteri, güçlü Latin-Amerika köklerimin, sofistike ve büyüleyici kültürlerle dünyanın her yerinden hayranlık duyduğum güçlü kadınların verdiği ilhamın bir karışımından oluşuyor.

Daha önceleri Kolombiya'da yerel topluluklara destek verdiğinize ilişkin yazılar okumuştum. Devam ediyor musunuz?
Johanna Ortiz'de çalışan insanların hayatlarına olumlu bir etki yapabilmek, bir tasarımcı olarak sahip olduğum en büyük başarılardan biri. Son yıllarda Kolombiya moda endüstrisi gelişti ve ilerleme gösterdi. Bugün Kolombiya'daki yaratıcı endüstri dediğimiz "Orange Economy''nin (turuncu ekonomi) ülkemizde kayda değer bir istihdam sağlamada devasa bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Neredeyse tamamen dikey entegrasyona sahip bir iş modelimiz var. Bu da üretimin yüzde 90'ının bünyemizde yapıldığı anlamına geliyor. Bu da 370'i aşkın doğrudan iş olanağı demek. Bunun yanı sıra neredeyse tamamı doğal ipliklerden el yapımı olan, atalarımızdan kalma, onur ve saygı duyduğumuz teknikler kullanılarak üretilen aksesuar kategorimiz için ülkenin dört bir yanından farklı zanaatkar gruplarıyla çalışıyoruz. Kültürümüzü bir nebze de olsa gösterirken bu topluluklara da iş olanağı sağlamak her zaman markamızın DNA'sının bir parçası olacaktır.

Koleksiyonlarınızda Kolombiya'nın atmosferinden, botanik baskılardan ve fırfırlı çizgilerden fazlasıyla ilham aldığınızı görüyoruz.
Kolombiya ve tropik bölgeler her zaman ilham kaynağımdır. Ancak kendisi için tasarım yaptığım kadın bir güzellik aşığı, özgür ruhlu ve dünyayı dolaşıyor. Belki de pasaportunda gittiği ülke giriş-çıkışlarının koleksiyonunu yapıyor! Diğer kültürleri kucaklamaya ve kendi kültürümle onları harmanlamaya hep bir merakım olmuştur. Köklerim ve çevrem benim için çok önemli; görsel yönü ağır basan bir insanım, bu nedenle her zaman renkle başlıyorum.

NESPRESSO®



BİR FİNCAN YARATICILIK

Nespresso olarak farklı düşünen, sınırları zorlayan ve yaptığı her işe yaratıcılık katanların yanında olmaya devam ediyoruz.
Genç Ustalar Tema Sponsoru olarak
40. İstanbul Film Festivali'ni desteklemekten mutluluk duyuyoruz.

what else?

İKSV FİLM İSTANBUL FİLM FESTİVALİ 2021 TEMA SPONSORU NESPRESSO

Nespresso Boutique: Nişantaşı • Bağdat Caddesi • İstinyePark • Zorlu Center • Vadistanbul • Kanyon • Akasya
tr.buynespresso.com nespresso.tr | 0800 211 01 00 (ücretsiz hat) / 444 20 21





Ardından ruh hali ve ilham geliyor. Baskılar, süreç içinde gerçekten önemli bir unsurdur. Sonra, eskiler ve yeniler olmak üzere çizgiler gelir. Bütün bu unsurları karıştırmaya başlarız ve yeni bir koleksiyon doğar. Ancak daima mevcut olan tek şey fantastik Latin Amerika'nın büyülü gerçekçiliğidir.

İlkbahar koleksiyonunuzdan bahseder misiniz?
Celestina, pandemi döneminde tasarlanan ikinci koleksiyon. Daha dingin ve rahat ama aynı zamanda inanılmaz derecede güçlü ve kendine güvenli bir kadını simgeleyen bir koleksiyon. Renkler ve baskılar, daha parlak bir geleceği dört gözle beklercesine hayli parlak ve neşeli! Jose Celestino Mutis'in ünlü kitabı "Herbaryum"dan ve Kunas yerli topluluğunun geleneksel Molas'larından (el yapımı kumaşlar) ilham alındı. Ayrıca, imzamız olan zarif palmiye ağacı el işlemeleriyle bezeli, geri dönüştürülmüş pamuk ve saten gibi organik ve sürdürülebilir kumaşları modaseverlerle buluşturduk.

Koleksiyonun en önemli parçası hangisidir?
İki favorim var: Yüzde yüz ipekten yapılmış mavi topaz renkli İndus Vadisi (Indus Valley) tunik ve Orkidenin Dansı (Orchid Dance) adı verilen yüzde yüz pamuktan tek omuzlu elbise. Zahmetsizce kadınsı ve zarif bir görünüm sağlayan her iki kıyafet de yazlık bir bahçe partisi veya evde birkaç misafirle geçirilecek bir akşam yemeği için harika seçenekler.

Diğer moda markalarıyla işbirliği yapmayı seviyorsunuz. Yeni bir birliktelik olacak mı?
Markalar ve kurumlarla yıl boyu süregelen çok sayıda çalışmalarımız bulunmakta, ancak çok özel ve beklenmedik bir işbirliği planımız var. Bu nedenle bu sonbaharda heyecan verici haberler duymak için bizi izlemeye devam edin!

Johanna Ortiz'in kadın tarzını tarif edebilir misiniz?
JO kadını sürekli değişim halinde. Her koleksiyon farklı bir kadını temsil ediyor ama özünde hepsi markanın üç temel direğini simgeliyor: Kadınsı, neşeli ve zahmetsiz. JO kadını ve koleksiyonları, zarafet ve günümüz ince zevki arasında çok fazla çaba göstermeksizin mükemmel bir ortak yaşam oluşturuyor.

Yakın zamanda planladığınız projeleriniz neler?
Bu yıl birkaç proje üzerinde çalışıyoruz. Çok yakında uluslararası piyasada ev koleksiyonumuz satışa sunulacak. Bence bu çok organik ve beklenen bir marka uzantısı, çünkü müşterilerimiz tarafından epey zamandır beklenen bir şeydi. Ayrıca bunu yapmanın tam zamanı olduğunu düşünüyoruz, çünkü evde geçirdiğimiz kaliteli zamanı takdir etmeyi ve ona değer vermeyi daha önce hiç olmadığı kadar çok öğrendiğimize eminim.

Genç tasarımcılar için önerileriniz nedir?
Uzun soluklu olmayacak hiçbir moda akımını takip etmeyin. DNA'nıza, savunduğunuz şeylere, köklerinize sadık kalın.

Tasarımlarınızı dünyanın birçok büyük mağazasında bulabiliyoruz ve Türkiye'deki adresi de Beymen. Yakın gelecekte kendi mağazanızı açacak mısınız?
Kendi mağazalarımızın şimdilik beklemede olacağını düşünüyorum. Günümüzde dijitalleşme çok önemli. Bu nedenle e-ticaretimizi ve dijital uzmanlığımızı artırmaya odaklanıyoruz. 2020 sonbaharında lansmanımızı yaptık ve bu konuda yüksek beklentilerimiz ve hayallerimiz var.

Röportaj Ceyda Gedikoğlu



FOR *you*

We are open...

CAPE
BODRUM
LUXURY HOTEL & BEACH

Gündoğan Mah. Kızılburun Cad. No:72
Gündoğan / Bodrum TR-48965
T:+90 252 387 06 00

capebodrum.com f CapeBodrum



Zanaatkarların Zarif Dokunuşu

Fendi, İtalya'nın dört bir yanından köklü ve lokal zanaatkarlarla yaptığı işbirliğiyle ikonik Baguette çantasını İtalyan işçiliğini onurlandıran "Hand in Hand" projesiyle sunuyor.

Kreatif direktör Silvia Venturini Fendi'nin 1997'de tasarlamış olduğu Baguette el çantası ile başlayan bu proje, İtalya'nın dört bir yanından becerilerine nesillerdir saygı duyulan ve Fendi'nin ikonik şeklini tarih boyunca yeniden yorumlamaya yönelik bakış açısını devam ettiren zanaatkarları vitrine çıkarıyor. "Hand in Hand" projesi çeşitli atölye ve dükkanları, lokal zanaat ve el ustalığından yararlanarak geleneksel el çantası yapısını hakiki bir "objet d'art" konseptine dönüştürmek amacıyla Baguette'i yorumlamaya çağırıyor. 20 sayıda üretilen her özel üretim Baguette'in iç cebinde atölyenin isminin ve yerinin de yazdığı damga ve Fendi'nin altın "Hand in Hand" logosu bulunuyor. Silvia Venturini Fendi projeyi şu sözlerle anlatıyor: "Her biri farklı bölgelerden seçilen İtalyan zanaatkarlarla bir proje geliştiriyorum. Bunun ilk örneği, 2020-2021 Sonbahar-Kış podyumunda sergilenen deri Baguette. Bu, Toskana'da normalde el emeğiyle az adetlerde üretimde bulunan bir zanaatkar tarafından yapıldı. Her şeyi kendisi yapıyor. En doğal seçeneklerden olan bitkisel deri kullanıp dikiş kullanmıyor, fakat bütün parçalar birbirine bağlı durumda. Şimdiki amacım İtalya'nın dört bir yanında bulunan ve aktif olarak çalışan işinin ehli zanaatkarları keşfedip seçmek, sonrasında da bu projeyi dünya çapına taşımak."

Antik el becerileri

"Hand in Hand" ismi lokal zanaatkarların ellerinin Fendi zanaatkarlarıyla birleşmesini temsil ediyor ve benzersiz bir işbirliğine hayat veriyor. Bu eşsiz parçaların yaratılışında antik el becerileri ve paha biçilemez teknikler bir araya geliyor. Özel zanaatkarların elinden çıkmış Fendi ürünlerinin hayat bulmasından öte bu proje; güçlü insan ilişkileri doğurmak, aynı zamanda İtalya'nın farklı bölgelerindeki lokal zanaatkarların ender işçiliğini ve yaratıcılığını korumak ve bunu nesiller boyu aktarmak için büyük bir adım.

Geleneksel üretim

"Hand in Hand" girişimi, Fendi'nin İtalya'nın dört bir yanında bulunup geleneksel üretim metotlarını günümüzde canlı tutan zanaatkarlarını onurlandırmaya olan bağlılığı açışından önemli bir adım. Bu lokal atölyeler "Made in Italy" hareketinin kalbinin ortasında yer alıyor ve Fendi bu zanaatkarların antik el sanatına olan tutkularının ve yeteneklerinin global düzeyde desteklenmesi ilkesine hiç olmadığı kadar bağlılık gösteriyor.

Doğudan batıya

Fendi 2020-2021 Sonbahar-Kış podyumunda yer alan Look N°13 ile belirginleştirilen "Hand in Hand" partnerliği bizi Toskana'ya götürüyor. Burada, 1956'dan bu yana varlığını sürdürmüş "cuoio artistico fiorentino" tekniği kullanılarak bitkisel tabaklama deriden küçük deri parçalar üreten Florentine atölyesi Peroni yer alıyor. Batıya doğru ilerlediğimizde karşımıza Sardunya adası çıkıyor ve burada "Hand in Hand" partnerliğinin odak noktası deriden tekstile kayıyor. Ulassai köyünde kadınlar kooperatifi Su Marmuri, bölgenin köklü geleneklerini korumak adına 1971'den bu yana kendilerini elle goblen dokuma sanatına adamış. Venedik'in kalbi Veneto'da "Hand in Hand" partnerliği Venedik tekstilini zanaatiyle zenginleştiren Luigi Bevilacqua ile buluştu. Puglia'ya doğru güneye gidildiğinde ise proje Nardò köyünden Dodino dantel zanaatkarlarının ön plana çıktığı bir işbirliğine ev sahipliği yapıyor. Hassas bir şekilde dokunup bağlanan dantel tasarımlar zanaatkarların sohbet dolu ve canlı çalışma atmosferlerine ithafen "chiacchierino" ismi verilen geleneksel teknikle çiçekli tasarımlar yaratmak adına tahta dokuma tezgahlarında örülüyor.



ATELIER REBUL İLE NARIN *BEREKETİ* EVLERİNİZE GELİYOR.

Yaşam alanlarına baş döndürücü kimlikler kazandıran ve kapı aralandığı anda büyüleyen koleksiyonların yaratıcısı, koku uzmanı Atelier Rebul, bu kez notalardan yayılan berekete imza atıyor.

Nar... Asırlardır birçok kültürde bolluk ve bereketin simgesi olan kadim meyve. Atelier Rebul, baharın gezegene bolluk ve bereket saçtığı günlerde bu kadim meyveyi tarçın ve karanfille birlikte yorumluyor ve "Bereket" kokusuyla yaşam alanlarınıza bolluk ve bereket getiriyor.

Mum ve çubuklu oda kokusu olarak tasarlanan yeni Bereket Kreasyonu; üst notasında narın bolluğunu limonun tazeliği ve tarçının sıcaklığıyla harmanlıyor. Bu zengin ve güçlü üst notasıyla her şeyin en güzelini hak ettiğinizi size tekrar tekrar hatırlatıyor. Orta notasında narin aromalarla tamamlanan bu kreasyon; karanfil, lezzetli ahududu ve baharın güzel enerjisini taşıyan frezya çiçeği ile enerjiyi daha da yükseltiyor. Alt notasındaki paçuli, manolya ve vanilya ile tüm sıcaklığını yaşam alanınıza yayan Bereket kokusu, içinizdeki bereket enerjisini uyandırmaya hazır.

Atelier Rebul Home Exclusive Koleksiyonu'nun en yenisi olan Bereket kokusu, nara eşlik eden, bereketin bütünleyici simgeleri sıcak karanfil ve tarçınla yaşam alanlarındaki sağlık, mutluluk, sevgi ve zenginlik enerjisini yükseltiyor. Evinizde geçirdiğiniz zamanı daha da keyifli hale getirecek ritüellerinize yeni ekleyeceğiniz bereket ve bolluğun güçlü enerjisini çağırmak için Atelier Rebul Bereket Kreasyonu'nu mutlaka deneyin.

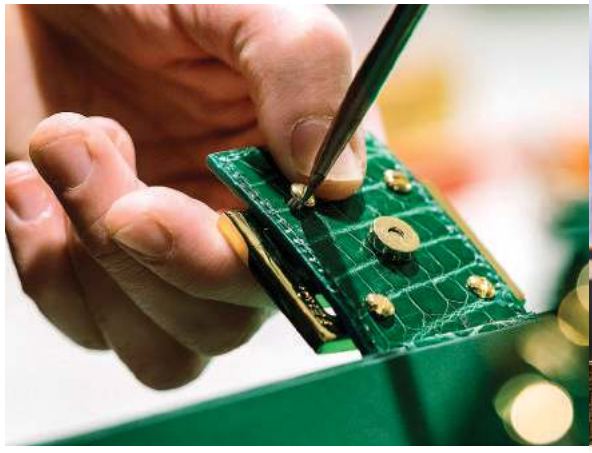


Projenin yeni odak noktası ise Umbria'ya doğru, elle dokunmuş ve zengin kumaşları olan şehir Perugia'ya kayıyor. İşbirliği, 1921'den bu yana süregelmiş üstün derecede dekoratif ve tarihsel desenlere yer veren Giuditta Brozzetti'nin atölyesini onurlandırırcasına işlerine tekrar hayat veriyor. Dantel kasabası olarak da bilinen Isernia, ülkenin doğu kıyısındaki Molise bölgesinde bulunuyor. İnce beyaz renkli ipliklerle çalışmak üzere Isernia'nın bobin danteli dünyaca övgü görüyor, çünkü üzerinde ince tahta bobinlerden elde edilen ve silindirik yastığımsı bir destek üzerinde düz geometrik desenler ve ince tahta bobinler barındırıyor. Benedict rahibelerinin bu geleneği 16. yüzyılın başlarında İspanya'dan getirdiği ve Santa Maria delle Moache kilisesindeki rahibelere bu tekniği öğreterek nesilden nesile aktardıkları söyleniyor.

Fendi Baguette çanta, yerel ve geleneksel motiflerlerden ilham alınan tasarımları ön plana çıkarıyor ve ikonik FF logosunun boyaması da bitki bazlı doğal renklendirmeler yardımıyla yapılıyor. Fendi'nin memleketi Roma'nın Lazio bölgesinde şehrin mermer marküteri, gümüş ve kuyumculuğa dayanan uzun tarihçesi, usta mücevherci Massimo Maria Melis tarafından harmoni içinde birleştiriliyor. 1974'den beri Roma'nın kalbindeki Via Dell'Orso'da bulunan meşhur atölye ve butiğinde Melis, demir para, çok renkli cam ve mermer içeren çetrefilli Etrüks ve Roma stili mücevherlerine uluslararası bir takipçi tabanı hazırlıyor.









"Hand in Hand" ismi lokal zanaatkarların ellerinin Fendi zanaatkarlarıyla birleşmesini temsil ediyor.



METT
HOTEL & BEACH RESORT
BODRUM

Book your stay at METT Bodrum, the newest lifestyle destination of the Turkish riviera.
T. +90 252 316 48 48
mettsocialliving.com/bodrum

Floral Klostrofobi

Sıkışmışlık hissine kapıldığımız şu sıralar,
yaşamaya çalıştığımız bu dar alanda, baharın gelmesiyle
tüm hislerimiz filizlenmeye başlıyor.

FOTOĞRAF OZAN GÜR
STİL EDİTÖRÜ DİLARA YILMAZ

Çanta, **DIOR,** Fiyat istek üzerine





Çanta, **LOUIS VUITTON,** 10.500 TL



Çanta, **PRADA,** 17.500 TL



Çanta, **FENDI**



Çanta, **MIU MIU,** 12.750 TL



Çanta, **BOTTEGA VENETA,** 24.500 TL



Çanta, **BVLGARI**

Star ayakkabılar

Davet Çok Elbisem Yok markası deyince aklınıza özlenen davetler ve o davetler için yüzlerce seçenek yer alan DCEY'nin eşsiz showroom'u gözünüzün önüne geliyordur. Markanın kurucu ortakları Seda Aksoy ve Eda Franci ile sektörün öncü markası Divarese ile hayata geçirdikleri DCEYxDivarese koleksiyonunu konuştuk.



Davet Çok Elbisem Yok markasının kurucuları Seda Aksoy ve Eda Franci.

Seda Aksoy ve Eda Franci, iki sezondur Divarese ile yaptıkları işbirliği ile ayakkabı sektöründe de devrim yaratmayı başarıyor. Sınırlı sayıda üretilen bu ayakkabıları hem özel günlerinizde stilinizi tamamlamak hem de zamansız bir parça olarak gardırobunuza eklemek isteyeceğiniz kesin.

Divarese markası ile ikinci sezonunuz. Sizce bu işbirliği iki markaya da ne kattı?

Seda Aksoy: Ben her zaman birlikten güç doğduğuna inanıyorum. DCEY olarak marka işbirliklerinde çok seçiciyiz. Divarese ile DCEY markalarının ortak vizyonda buluşuyor olması bizim için önem ve değer taşıyor. Divarese markasını çok iyi özümsemiş olduğumuzu düşünüyorum. Geçen yaz beraber oluşturduğumuz pazarlama ve PR gücüyle koleksiyonu seçili mağazalarda, belirli bir süre için, sınırlı adetlerde satışa sunarak, sadık Divarese ve DCEY müşterisine yenilik sunarken, birlikte farklı bir hedef kitleye de ulaştık.

Divarese ile yollarınız nasıl kesişti?

Eda Franci: Günün her anına hitap eden, trendlere uygun ve ulaşılabilir bir ayakkabı koleksiyonu yaratmak DCEY olarak her zaman kurduğumuz bir hayaldi. Divarese ile birlikte bu hayalimizi, sınırlı sayıda oluşturduğumuz DCEYxDivarese kapsül koleksiyonu ile gerçekleştirdik. Biz gerçekten enerjimizin tuttuğu işbirliklerinde yer almayı tercih ediyoruz. Köklü İtalyan geçmişiyle ayakkabı sektörünün öncü markası Divarese'nin yüksek kalite anlayışı ile DCEY'nin davet stilindeki deneyim ve vizyonunu bir araya getirme fikri bizi çok heyecanlandırdı. İkinci sezonumuzda yelpazemizi genişleterek dokuz farklı modelde, beş sandalet ve dört terlik tasarlayarak gündüzden geceye her tarza uyarlanabilir parçalara yer vermek istedik.

Davet Çok Elbisem Yok ve Divarese'nin stilinde ortak noktanız nedir?

S.A: DCEY ve Divarese'nin gerek marka duruşu gerek stil olarak örtüşen birçok özelliği var. Kaliteden ödün vermeyen anlayışları, iletişimde sundukları şeffaflık ve güven ile her iki marka da yeniliklere açık bir duruş sergilerken, koleksiyonlarında sezon trendlerini yansıtan zamansız parçalara yer veriyor. İşbirliğimiz, Divarese'nin feminen, genç ve dinamik karakterini iyice ortaya çıkardı. DCEYxDivarese koleksiyonu ile amacımız elbette daha genç kitlelere ulaşabilmek oldu.

Koleksiyonu oluştururken özellikle renk seçimi konusunda nelere dikkat ettiniz?

E.F: Renkler çıkış noktamız oldu. Koleksiyon yenilikçi tasarımlarıyla olduğu kadar geniş renk paleti ile de öne çıkıyor. Siyah, nude gibi klasik renklerin yanı sıra yazın enerjik ruhunu yansıtan canlı tonlara yer verdik. Güneşin sarısından, mercanın turuncusundan, su yeşilinden pembeye yaşam enerjisini yansıtan tutkulu renklerden ilham alarak heyecan verici bir koleksiyon hazırladık.

Bu sezon küt burunlu ayakkabılar trend. Asimetrik formlara müşterilerin dönüşü nasıl oluyor?

S.A: Evet, biz de koleksiyonumuzda bu sezon güçlü bir dönüş yapan küt ve sivri burunlu tasarımlara yer verdik. Asimetrik formların herkesin ilgisini çektiğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda ikonik topuk formlarına, zarif taş süslemeli detaylara, iri zincirlere, gold ayrıntılara yer verdik.

Koleksiyonunuzu yorumlarken canlı bir koleksiyon demişsiniz. Bu canlı koleksiyonun en belirgin özelliği sizce nedir?

E.F: Dünyanın geçtiği pandemi


RIXOS
PREMIUM DUBAI
BENZERSİZ BİR TATİLE
Hazır mısınız?
Rixos Premium Dubai, siz seçkin misafirlerini göz
alıcı bir yaşam tarzı deneyimine davet ediyor.
Tel: +971 4 520 0000
reservation.premiumdubai@rixos.com | premiumdubai.rixos.com

sürecinde hepimizin renklerin pozitif enerjisine ihtiyacı var. Bize göre canlı renklerin her biri bir tutkuyu ifade eder. Biz de bu dinamik renk tonlarını koleksiyona yansıtmak istedik. Özellikle insanı mutlu eden tonlar seçtik.

Türkiye'nin moda yönünden global ile eşdeğer bir seviyede olduğunu düşünüyor musunuz?

S.A: Türkiye tam bir tekstil cenneti, tasarımda olduğu kadar üretimde de güçlüyüz. Bugün tam 193 ülkede "Made in Turkey" etiketli ürünler raflarda yer alıyor. Son yıllarda birçok yeni Türk markasını yurtdışında satış noktalarında görüyor ve gururlanıyoruz. Biz DCEY olarak genç Türk tasarımcılarımıza uzun senelerdir yatırım yapmaktayız. Dünyaca ünlü tasarımcılarımız Paris, New York ve Milano gibi moda başkentlerinde boy gösterirken, İstanbul'un da yakın gelecekte dünyanın önemli moda merkezlerinden biri olacağından eminim.

Zamansızlık kavramı son zamanlarda hayatımızın çok içinde, sizin işbirliğinizde zamansız parçalar var mı?

E.F: Biz DCEY olarak zamansızlık kavramına ilk günden beri inanıyoruz. Zamansız olan koleksiyonların sürdürülebilir moda anlayışını desteklediğini düşünüyoruz. Tüketiciler de artık ne yediklerine, ne giydiklerine çok daha duyarlı, tercih ettikleri markanın sürdürülebilir politikalara sahip olup olmadığına dikkat ediyor. Atıklarını azaltan, kiralama yapan, geri dönüştürülmüş hammadde kullanan markalar modayı geleceğe taşıyor. Koleksiyondaki dokuz modelin de sadece bu yaz değil, uzun yıllar kullanılabileceğini düşünüyoruz.

Artık bir kıyafet seçerken ayakkabı ve aksesuarları ile de düşünüyoruz. Siz bu oluşuma nasıl bakıyorsunuz?

S.A: Aksesuar ve kıyafet seçimleri kişinin stilini oluşturan kilit unsurlardan. Aynı elbise kişinin zevkine göre farklı ayakkabı ve aksesuar ile çok iddialı bir görünüm de yaratabilir, çok sade ve yalın bir şekilde de yorumlanabilir. Fakat aksesuar, ayakkabı ve kıyafet her zaman birbirini tamamlamalı. Sadece şık bir kıyafet seçmek yeterli değil, doğru ayakkabı ve aksesuarla kullanılmadığında, baştan aşağı güçlü bir görünüm yaratmak mümkün olmaz. Ayrıca elbise ve ayakkabı seçiminde aynı renkleri kullanmak zorunda da değilsiniz, önemli olan stil olarak birbiriyle konuşması.

Röportaj Timur Can Ersoy





Özenle yetiştirilir, toplanır, satın alınır, zanaatkarlar tarafından kavrulur ve... siz demlersiniz.



Farkı yaşamak için Gaggenau.

Seçilerek toplanmış, Yirgacheffe güneşinde kurutulmuş organik Arabica kahve çekirdeklerini bulmak için vaktinizi ayırırsınız. Size düşen yalnızca budur. Konu kahve çekirdeklerinin demlenmesine geldiğinde bu potansiyeli bir fincan kahveye yansıtmak için gerekli tüm donanıma sahipsiniz.

Tam otomatik espresso makinemizin yeni aydınlatma konsepti fincanınızı ilgi odağı haline getirir. Sezgisel TFT kumanda paneli ile ideal kahvenizi yaratmak ve kişisel kahve tercihlerinizi kaydetmek çok kolaydır ve her fincan en az ilki kadar mükemmel lezzette hazırlanır. Siz kahvenizi nasıl alırsanız alın, biz bu işi ciddiye alıyoruz.

Daha fazla bilgi için gaggenau.com'u ziyaret edebilirsiniz.

GAGGENAU



Dönüşümün lüks sembolü

Bvlgari'nin büyüleyici metamorfoz ikonuna kendi yorumunu katarak özel bir kapsül koleksiyon hazırlayan Mary Katrantzou, bu göz alıcı işbirliği hakkında merak edilenleri anlatıyor.

Yılanın dönüşümsel doğasını kelebeklerin büyüleyici metamorfozuna bağlayan Mary Katrantzou, Bvlgari Serpenti Through the Eyes of Mary Katrantzou koleksiyonu ile yeniden doğuş, evrim ve değişimle ilgili iyimser bir mesajı hayata geçiriyor. Haute couture işçiliğini canlı dokunuşlar ve mücevherlerden esinlenen detaylarla buluşturan ve mutluluk hissini bu kesişimde buluşturan tasarımcı üç yeni stil sunuyor; Serpenti Metamorphosis çanta, Serpenti Metamorphosis Handle çanta ve Serpenti Metamorphosis minaudière. Bu üç yeni Serpenti stili yılanın metamorfozunu yansıtırken, kelebeklerle birlikte yeniden doğuşu resmediyor. Bu işbirliği ile feminenlik, evrim ve yeniden doğum temalarını vurgulamak isteyen Katrantzou, koleksiyon hakkında soruları cevaplıyor.

Serpenti kapsül koleksiyon ve Bvlgari işbirliği hakkında bilgi verebilir misiniz?

"Serpent through the eyes of Mary Katrantzou", tamamı metamorfoz fikri etrafında dönen, çantalar, minaudière'ler ve ipek eşarplardan oluşan sınırlı sayıda üretilen bir aksesuar koleksiyonu. Antik çağlardan beri Serpenti, Roma mitolojisinde güçlü bir sembolizme sahiptir. Metamorfoz fikrine çekildiğimde niyetim Serpenti'yi kadınlığın, dönüşümün ve yeniden doğuşun sembolü olarak vurgulamaktı. İlk içgüdülerim Serpenti'nin tüm farklı yönlerini öne çıkarmaktı. Yılanın başını, vücudunu ve derisini vurgulamak ve tasarımlarla her birine yeni bir anlam kazandırmaktı. Başlangıç noktası olarak, Bvlgari'nin çok beğenilen Serpenti saatinden ilham alan bir minaudière yaratmak istedim. İkonik Serpenti kafasını tasarımın ön saflarına taşıyarak, şeklini minaudière'in siluetini tanımlamak için kullanmak istedim. İki farklı boyutta tasarlanan çantalardan ufak olan bir mücevher olarak kullanılabilir. Hem açık hem de koyu altın renkleri olan çantanın içinde ufak da bir makyaj aynası bulunuyor. Büyük olan ise pul işlemeli. Siyah beyaz, kristal roze gibi rengarenk tasarımları mevcut. Yılan başının formu ve renklendirmesi, Roma'daki tarihi Bvlgari arşivini ziyaret ettiğimde büyülendiğim 1968'den kalma bir saatten ilham aldı. Tasarladığımız kabarık çantalar için amacım özel olarak tasarlanmış bir mücevher parçasının çantaya ait olmasını sağlamaktı. Bvlgari aksesuarlarının mevcut koleksiyonuna ek olarak kendi yılan başı tokamızı yaratmakla kalmadık, aynı zamanda 1960'larda üretilen Serpenti kolyelerden ilham alarak, Serpenti şeklindeki çanta için benzersiz bir tutacak tasarladık. Sapı kıvrılarak çantayla bütünleşiyor ve çantaya ikili işlevsellik kazandırmak için bir zincirle değiştirilebiliyor. Çantanın kendisi Bvlgari mücevher koleksiyonlarında kullanılan tüm değerli taşların tonlarından esinlenerek yakut, turkuaz, oniks, inci ve kristal roze gibi çeşitli renk seçenekleriyle sunuluyor.

Bu işbirliği ilk olarak nasıl ortaya çıktı ve arkasındaki ilham kaynağı neydi?

2019'da Sounio'daki Poseidon Tapınağı'nda gerçekleşen defilemde Bvlgari ile işbirliği yaptığım için şanslıydım. Koleksiyonun kendisi, MÖ 450 civarında Yunanistan'da ortaya çıkan fikirlerden ilham almıştı. Roma-Yunan mirasları nedeniyle Bvlgari ile birlikte çalışmak organik bir bağ oluşturdu. Birlikte çalışırken iki taraf da yaratıcı bir bağ ve karşılıklı bir takdir duygusunun olduğunu hissetti ve bunu aksesuarlar üzerine işbirlikleri ile devam ettirmek istediğimizi fark ettik. Bu koleksiyonun arkasındaki ilham Serpenti'yi benim gözlerimle yorumlamaktı. Antik Roma ve Yunan mitolojisine kadar uzanan sembolizminin önemini vurgulamak istedim. Metamorfoz fikrindeyse amacım yeniden doğuş, dönüşüm ve şifanın sembolü olarak Serpenti'yi vurgulamaktı.

Koleksiyon ile neyi ifade etmek istediniz?

Mary Katrantzou'nun gözünden Serpenti koleksiyonu için öncelikle Serpenti'nin benim için ne ifade ettiğini düşündüm. Kadınlık, dönüşüm ve yeniden doğuşun sembolü olan yılanın daha fazla büyüyebilmesi için derisini değiştirmesi gerekir. Beni büyüleyen bu konsept ve evrim yolculuğu, metamorfoz fikirleri tasarımların merkez noktası oldu. Gösterişli çantalardaki yılan toka, aslında görsel olarak bir dönüşüm süreci yaşıyor ve başkalaşım hikayesi bu şekilde sergilenmiş oluyor. Yılan başı, yılanın vücudu tarafından oluşturulan bir sarmalın merkezinde yer alıyor ve derisi bir kelebeğin kanatlarına dönüşerek daha sonra dönüşüm ve yeniden doğuş eyleminin sembolü olan sarmal kelebek dansına dönüşüyor. Yılanın kabarık çantamız için bir sapa dönüşmesi, metamorfoz fikrine de bir göndermedir.

Serpenti çanta modelinin sizin yorumunuzda en çok sevdiğiniz yanı ne ve en sevdiğiniz parça hangisi?

Bu koleksiyonda, couture ile onlarca yıldır geliştirdikleri seçkin Bvlgari zanaatkarlığı arasında bir bağlantı oluşturmak istedik. Bu koleksiyondaki her parçanın arkasındaki işçilik gerçekten büyüleyici. Amacım aksesuar dünyasına özel nakış tekniklerini getirmekti. Couture işçiliğini tarihi Bvlgari arşivleri ve deri zanaatkarlarının





"Kadınların üstlendikleri çok çeşitli roller var ve her zaman o kadını göz önünde bulundurarak tasarlamanın benim sorumluluğum olduğunu hissediyorum."

benzersiz bilgileriyle birleştirerek çantalarınızı incelemek, hayranlık duymak ve zevk almak istediğiniz sanat eserleri gibi hissettirmeyi başardık. Her parça türünün tek örneği, metamorfoz teması koleksiyonda hassas bir şekilde işlendi ve baskının her ayrıntısını ön plana çıkarabilmek için elle süslendi. Yeni kabarık çanta için yarattığımız tutacak titizlikle oluşturuldu ve Serpenti saatinin Serpenti diline basarak açılma şeklini taklit edilip tasarlandı. Mineli minaudière benim için en özel parça, Serpenti kafası daha önce hiç minaudière formundan ödün vermemişti ve işçilik, tasarımı tamamen farklı bir ölçekte değerlendirmenize olanak tanıyarak ona yeni bir anlam kazandırıyor.

Tasarımlarınızda lüks ve haute couture arasında nasıl bir sinerji yaratıyorsunuz?

Her zaman bir şeyler anlatmayı hedeflerim ve hikaye anlatıcılığı aracılığıyla da niyetim kişinin hayal gücünü genişletmektir. Modayı zamansız kılan, özgünlük ve özgünlükle tasarım yapabilme yeteneğidir. Bu bana göre lüksün tanımıdır. En son couture şovumuz için yalnızca özel üretim olarak sunulan bir koleksiyon oluşturmak yüksek işçilik seviyesini gözler önüne serdi. Bu biraz daha sorumlu bir tasarım yöntemi ve nihayetinde onları giyecek kadının etrafında titiz bir şekilde yaratılan parçalar üretmeme olanak tanıyan bir yöntem. Daha samimi bir süreç, daha kişisel bir süreç ve aksi takdirde sanayileştirmenin imkansız olduğu bir zanaatkarlık seviyesine ulaşmamı sağlıyor bu da. Zanaatkarlığın zengin geleneğine yeni bir anlam kazandırmak ve haute couture aracılığıyla bu sinerjiyi vurgulamak için teknolojideki gelişmeleri kullanabilmek ayrıca önemli.

Kreasyonlarınız aracılığıyla neyi anlatmayı amaçlıyorsunuz?

Benim işim güzelliği tasarım yoluyla filtrelemekle ilgili. Bu yüzden her koleksiyonda kendimi ifade etmenin yolu olabilecek bir kelime dağarcığı oluşturmaya çalışıyorum. Renkleri tasarımlarımda bir iyileştirme aracı olarak özgürce ve cesurca kullanıyorum. Bunun modanın kullanıcısı için çok güçlendirici olabileceğine inanıyorum. Çalışmam her zaman fikir kelimesinin önemi üzerine olmuştur. Bvlgari ile çalışmaktan bu kadar zevk almamın nedeni de bu, çünkü o kadar çok farklı ve yaratıcı zorluk sembollerini çözmek ve yeni bir bakış açısı sunmak adına benzersiz fikirlere sahip inanılmaz bir arşivleri ve geçmişleri var.

Serpenti mini el çantasını tasarlarken size neler ilham verdi?

1960'larda tasarlanan Serpenti üst segment bilezikler ve saatlerle birlikte tüm tasarımlarla elde edilen devrimden ilham aldım. Bu devrimi bir çanta sapı şeklinde yeniden yaratmak istedim ve böylelikle kendi koleksiyonlarına eklenebilmeleri için kendi tutacağımızı ve tokamızı tasarladık. Çantanın şekli Serpenti gövdesinin kıvrımlı hatlarından ilham alıyor. Aynı zamanda Bvlgari zanaatkarlarının inanılmaz deri işçiliğiyle yakından çalışarak çizgilerin feminenliğini de vurgulamak istedim.

Kimliğinizi markanın DNA'sıyla nasıl birleştirdiniz? Sizce herhangi bir benzerlik var mı?

Annem ben küçükken Bvlgari mücevher takardı ve onlarla oynamama izin verirdi. Bu yüzden onların estetiğine çok genç yaştan

elite world
sapanca
convention & wellness resort

Sapanca'daki
Doğal Tercihiniz

Elite World zincirinin tecrübesini ve ışıltısını yansıtan
Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort; iş, tatil, wellness
amaçlı konaklamalarınız için doğanın kalbinde sizleri bekliyor.



Otelin yapımı esnasında
hiçbir ağaç kesilmemiştir.

• 500 ODA • KONGRE SALONU • 18 TOPLANTI SALONU
• 8.500 M^2 WELLNESS & SPA ALANI • BİYOLOJİK GÖLET • AQUAPARK
• MACERA PARKI • KIDS CLUB • BAR ve RESTORANLAR • GAME ARENA
• BOWLING • TENİS KORTLARI • BASKETBOL SAHASI

www.**eliteworldhotels**.com.tr

0264 415 10 00





beri aşinaydım. Markanın kurucusu Sotirios Voulgaris'in Bvlgari'yi kurduğu Roma'ya taşınan bir Yunan gümüş ustası olduğunu sonradan öğrendim. Tasarımlarda Voulgaris'in ikili kökenini görebiliyorum ve estetik açıdan çok eşsiz buluyorum. Arşivlerine bakıp miraslarının ardındaki sembolizmi çözerken, birçok yönden benzer bir estetiği paylaştığımızı düşünüyorum. Uyum ve dengenin ortak bir takdiri var, aynı zamanda cüretkar olurken zamansız zarafete odaklanma ve tabii ki koyu renklere yakınlık var.
Bvlgari ile çalışmak beni yaratıcı bir evlilik içinde gibi hissettirdi. Çünkü tasarımlarımızı adadığımız kadınlarla benzer bir vizyonu ve beğeniyi paylaşıyoruz.

Kadınların tasarımlarınızı taşırken ne hissetmesini istiyorsunuz?

Bu koleksiyonu taşırken kendilerini güçlü hissetmelerini istiyorum. Bu sadece Serpenti ikonunu vurgulamakla ilgili değil, aynı zamanda yeniden doğuş ve dönüşüm için bir sembol olarak onun doğasıyla bir bağlantı oluşturmakla ilgili. Kadınların üstlendikleri çok çeşitli roller var ve her zaman o kadını göz önünde bulundurarak tasarlamanın benim sorumluluğum olduğunu hissediyorum. Serpenti'nin çanta olarak kullanılmasının yeni yollarını vermek, farklı durumlara hitap etmek ama her zaman onları giyen kadının güçlü ve kendinden emin hissetmesini sağlamak istedim.

Pek çok lüks modaevi yeni bakış açısı ve enerji sağlayabilecek genç tasarımcılarla çalışıyor. Bununla ilgili düşünceleriniz neler?

Moda endüstrisi, yaratıcılığın yeni bakış açılarıyla beslenmesiyle sürekli olarak gelişmektedir. Bağımsız tasarımcı markalarının söz sahibi olması, yaratıcılıkları ve özgünlükleriyle tanınmaları önemlidir. Bence lüks modaevlerine yeni enerji getiren şey tam da bu. Miraslarını, tasarımcıların yeni bir bakış açısıyla yeniden yorumlamaları ve geçmişin değerlerine dayalı ama geleceğe yönelik yenilikler yaratmaları için açıyorlar. Bu yüzden "Serpenti, through the eyes of…"un harika bir kurgu olduğunu düşünüyorum. Bir tasarımcı olarak kendi markamı kurduğumda, kendi inancımın gücüne sahiptim ve duyulduğum için şanslıydım. Genç tasarımcılara tavsiyem: Estetiğinizi oluşturmaya odaklanın ama bunu işbirlikleri ile yapmaktan da çekinmeyin, çünkü bazen bir işbirliği veya uzun vadeli bir ortaklık, güçlü yönlerinizin ve modayı ilerletmek için yaratıcılığınızı nasıl uygulayabileceğinizin en iyi yoludur.

Kampanyanın yüzü olarak Natalia Vodianova'yı seçme nedeniniz neydi?

Koleksiyonun temasının metamorfoz olacağına karar verdiğimizde, kampanyanın diğer bir odak noktasının feminenlik, evrim ve yeniden doğuş kavramlarını somutlaştıran bir kadın etrafında odaklanması gerektiğini düşündüm. Ve hemen "Natalia olmalı" dedim. Naked Heart Foundation ile çalışmanın hem vakfın amacını desteklemek hem de tasarımın anlamlı olması için birlikte hareket etmenin çok faydalı olacağını düşündük. Nezaket, cömertlik, merhamet ile Bvlgari ve benim temsil ettiğim tüm değerleri somutlaştırdı. Natalia bir anne, eş, girişimci, hayırsever ve benim için gücün gerçek yansıması bu.

MITSUBISHI ELECTRIC

KLİMA SİSTEMLERİ

DOĞUŞTAN ÜSTÜN

Benzersiz performans ve baş döndürücü tasarım onun genlerinde var.





Plasma Quad Plus Filtre

Çift kademeli Plasma Quad Plus Filtre ile Legendera temiz havaya sahip konforlu iç mekanlar sunar.

LEGENDERA

Klimanın yeni yorumu.



Yakut Kırmızı



İnci Beyazı



Kuzguni Siyah

Mitsubishi Electric Turkey Elektrik Ürünleri A.Ş

klima.mitsubishielectric.com.tr

444 7 500

Anniversary

SU İLE GELEN ÖZGÜRLÜK HİSSİ HOTİÇ KOLEKSİYONU'NA YANSIYOR



Hotiç Yaz Koleksiyonu ilhamını su altının mucizevi özgürlük ve cesarat hissinden alıyor. Dinginliğin yansıması ile soft renklerin hakim olduğu koleksiyonda cesur çizgiler dikkat çekiyor.



Naturel dokudaki soft deriler net ve tek renk tonlarla taze bir silüet oluşturuyor. Büzgü ve örgü tekniğinin analin derilerle bütünleştiği koleksiyonda kapitone dikişli deriler sürpriz bir şekilde karşımıza çıkıyor.

HOTİÇ





Vintage ve modern detayların harmonisinin, güneşin enerjisini yansıtan geniş renk paletiyle uyumu güçlü bir denge yaratırken neşeli bir yaz hikayesinin habercisi oluyor.

İnce bantlar bu sezonda düz flatlerden yüksek topuklara kadar her türlü tasarımda kendini gösteriyor. Kemik zincirler; çanta, ayakkabı ve aksesuarlarda ahşabın her tonundaki renkleriyle bütünleşiyor. Zaman zaman da gold karışımlarla sürprizler yapıyor.

Ruhun uyanışına tanıklık eden bir koleksiyon www.hotic.com.tr ve tüm Hotiç mağazalarında sizleri bekliyor.

Bu bir ilandır.



1932 yılında Amerikalı aktris Joan Crawford, Adrian tarafından tasarlanan beyaz organtin elbiseyle.



Modanın 100 yıllık evrimi

1920'lerden günümüze moda dünyasında yaşanan köklü değişimler, dönemlere adını yazdıran yenilikçi tasarımcılar ve kültürel değişimlerin modaya etkisi üstünden moda tarihinde yolculuğa çıkıyoruz.

Fotoğraf Getty Images Türkiye

Giyimin tarihi çok uzun yıllar öncesine dayansa da günümüzün moda anlayışının şekillendiği yıllar bundan tam 100 yıl öncesine dayanıyor. Modanın altın çağını yaşamaya başladığı ilk yıllardan yani 1920'lerden bugüne bir asır geçti. Modanın kalbinin attığı Paris'te, o en şaşaalı dönemde, gustosuyla dikkat çeken ve günümüze kadar çizgisini koruyan L'Officiel'in de ilk tohumları atıldı. Modaya yön veren ve lüks yaşam tarzını yansıtan bu köklü derginin bugün 100. yılını kutlarken, modanın 100 yıllık geçmişindeki kırılma noktalarını, getirilen yenilikçi bakış açılarını ve halen günümüzde varlığını sürdüren trendlerin ilk nasıl çıktıklarını, kısacası moda sahnesindeki büyük değişim anlarını yeniden hatırlayalım istedik.





Coco Chanel

1920



1925 yılında Paris'te çekilen ve dönemin stilini yansıtan bir kare.

Fotoğraf Getty Images Türkiye



1931 yılında Elsa Schiaparelli, Londra'daki Hyde Park'ta. Tasarımcının "Kadınlar için pantolon" mesajını verdiği dönem bu aynı zamanda.

1930



1935 yılında Schiaparelli Paris'teki dükkanında bir tasarımı üstüne çalışıyor.

1920'ler

1. Dünya Savaşı'nın ardından moda sahnesi büyük bir değişim geçirdi ve bu, değişen moda algısının temellerinin de atıldığı yıllar oldu. Bu dönemde kadınlar oy hakkı elde etmişlerdi ve kendilerini toplum içerisinde daha güçlü görüyorlardı. Kendini ifade etme şekli olarak giyim kodları da buna paralel olarak değişmeye başlamıştı. Kuralları yıkan, daha özgür ve rahat formlara sahip tasarımlar kadınların nefes almasını engelleyecek kadar sıkan korselerden özgürleştirirken, feminenliğin vurgulandığı siluetler yükselişe geçti. Tabii bunda döneme hakim olan caz müziğinin de büyük etkisi vardı. Kadınlar bu dönemde boncuklar ve püsküllerle süslü, diz hizasındaki elbiselerle kalıpları kırdılar. Elbiselerin boylarındaki kısalma saçlarda da görüldü ve döneme bob model saçlar hakim olmaya başladı. Tabii bu kısacık saçlara çok yakışan, aslen 1908 yılında Caroline Reboux tarafından tasarlanan çan biçimli şapkalar da o dönemin favori aksesuarları arasında yerini aldı.

Bu döneme damgasını vuran tasarımcıların başında ise tabii ki Coco Chanel geliyor. Bob saç modelinin, günümüzde dahi gardırobumuzun olmazsa olmazı küçük siyah elbisenin ve tüvitlerin yaygınlaşmasını sağlayan ondan başka bir isim değildi.

1920'li yıllara adını yazdıran bir diğer tasarımcı ise Jeanne Lanvin'di. Tasarımcı aslen şapkacıydı, ancak kızı Marguerite için hazırladığı giysiler talep görmeye başlayınca, şapkacılıktan moda sahnesinin köklü bir markası olmaya doğru o ilk adımı attı. 1925'te ise spor giyim, kürk, iç giyim, erkek modası ve iç mekan tasarımlarıyla birçok farklı alanda üretimde bulunan bir marka haline geldi.

Kısa topuklu, çift renkli ayakkabılar da bu dönemde yükselişe geçti. Dönemin en saygı duyulan ayakkabı tasarımcıları ise Salvatore Ferragamo ve André Perugia'dı.

1930'lar

1920'li yılların şatafatlı dünyası yerini 1930'larda Büyük Buhran'ın zorlu dönemine bıraktı. Moda dünyası feminizmin kazandığı zaferleri korumayı amaçlarken, zarafeti ve sofistike duruşu yüceltmeye devam etti. Bu yıllarda moda dünyasına hakim olan ağırbaşlı ve gösterişsiz görünümler dönemin sosyal ve ekonomik durumunu da yansıtır nitelikteydi. Bu dönemde beyazperde herkesin sıkıntılarını unutturan bir kaçış alanı haline gelmişti. Dönemin yıldızları Bette Davis, Jean Harlow ve Joan Crawford'un göz kamaştıran abiye elbiseleri ve ceket-etek takımları gerçeküstü bir dünyanın yansıması gibiydi. Diğer yandan 1920'lerin rahat görünümleri bu dönemde yerini daha romantik ve feminen tasarımlara bıraktı. Kadın vücudunun kıvrımlı hatlarını gözler önüne seren tasarımlar yükselişe geçti. Joan Crawford'un "Letty Lynton" adlı filmde giydiği kabarık kollu beyaz elbise bu döneme damgasını vuran tasarımlardan diyebiliriz.

Hazır giyim olgusunun da yavaş yavaş şekillenmeye başladığı bu döneme damgasını vuran tasarımcı ise Salvador Dali'den de aldığı ilhamla sürrealizm izleri taşıyan tasarımlara imza atan Elsa Schiaparelli'ydi. İlk koleksiyonunu 1929 yılında

Fotoğraf Getty Images Türkiye



1944 yılında fabrikadaki işinden çıkıp kiliseye giden üç kadın.

1940



Dior'un "New Look" tasarımlarından biri.

1950



1950'lerde Christian Dior'un "New Look" tasarımlarının yaratım sürecinden.



1960'lı yılların moda ikonlarından Twiggy.

1960

Christian Dior'un yarattığı "New Look" görünümü 1950'li yılların modasını önemli ölçüde şekillendirdi. Göğüslere ve ince bele vurgu yapan tasarımlar Balmain tarafından benimsenirken, Chanel'in sert eleştirilerine maruz kaldı.

görücüye çıkaran tasarımcı, basın tarafından "ender rastlanan yenilikçilerden biri olarak" lanse edildi. Çekmece görünümlü cepler, ıstakoz desenli elbise, ayakkabı şeklinde şapka tasarımlarıyla moda sahnesine yepyeni bir soluk getirdi. Aynı dönemde Madeleine Vionnet'in antik heykellerden esinlenerek hazırladığı verev kesimli gece elbiseleri de döneme damgasını vuran tasarımlar arasında yerini aldı. Ayrıca yüksek moda sahnesinin ilerideki en önemli temsilcilerinden olacak olan Hermès de ipek eşarplarıyla bu dönemde moda sahnesine giriş yaptı.

1940'lar

2. Dünya Savaşı'na denk gelen bu dönemde moda sektörü de hayatın her alanında olduğu gibi ciddi zorluklar yaşadı. Chanel ve Vionnet dahil Paris'te bütün modaevleri kepenklerini indirdi. Kumaşlar askeri personel için gerekliydi. Bu yüzden bir kaban için dört metreden fazla kumaş harcanmayacak, kemerler üç santimden geniş olmayacak gibi çeşitli kurallar getirilmişti. Ev hanımlarından tasarımcılara herkesin eski kumaşları yeniden değerlendirmesi veya eski giysilerle yeni stiller yaratmaları bekleniyordu. Haute couture ise böyle bir dönemde ayata kalabilmek için elinden geleni yaptı. Paris işgal altındayken kadınların stillerine renk katabildikleri ve havalı görünmelerine yardımcı olan yegane aksesuarları şapkalardı. Dönemin şapkacıları arasında Pauline Adam, Simone Naudet, Rose Valois ve Le Monnier dikkat çekiyordu. 1940'ların yıldızları Rita Hayworth, Katharine Hepburn ve Marlene Dietrich ise moda üzerinde gözle görülür bir etkiye sahipti.

Christian Dior'un 1947 yılında görücüye çıkardığı ilk koleksiyonu ise moda dünyasında çok ses getirmişti. Göğüs bölgesine ve ince bele vurgu yapan uzun elbiseleriyle oldukça feminen olan kum saati beden görünümünü öne çıkarmıştı. Bu dönemde ilginç bir şekilde popülerleşen tasarım ise yüksek belli bikini takımları oldu. Fransız tasarımcı Louis Réard bugün yaz aylarının vazgeçilmezi olan bikinilerin ilk tasarımına o yıllarda imza attı.

1950'ler

Christian Dior'un 1947 yılında yarattığı "New Look" görünümü 1950'li yılların modasını önemli ölçüde şekillendirdi. Savaşın ardından, tıpkı 1. Dünya Savaşı sonrası yükselişe geçen caz kültürü gibi, 1950'lerde de rock'n roll akımı bütün dünyayı etkisi altına aldı. Bu enerjik müzik ve dansla birlikte giysiler de değişime uğradı. Bele oturup aşağı doğru açılan diz hizasındaki etekler çok rahat dans etmeyi sağladığı için neredeyse her kadının gardırobunda yer almıştı. Bu etekler o dönem "poodle skirt" olarak da biliniyordu, çünkü birçoğunun etek ucunda köpek deseni bulunuyordu. Bu eteklere; hırkalar, boyna bağlanan fularlar, iri kemerler, fırfırlı soket çoraplar ve Oxford ayakkabılara çok benzeyen farklı renklerdeki "saddle" ayakkabılar eşlik ediyordu. Diğer yandan, göğüsleri daha sivri ve çıkık gösteren konik formlu sütyenler o dönemin seksi kadın ikonlarının vazgeçilmezi olmuştu. 50'li yılların efsanevi yıldızlarından Marilyn Monroe'nun "How to Marry a Millionaire" filminde taktığı cat-eye gözlük ise çok popülerleşmişti.

Bu dönemde Fransız modacılar Cristóbal Balenciaga, Hubert de Givenchy ve Pierre Balmain tasarımlarıyla dikkat çekiyordu. Balenciaga tasarımlarını kendi diken az sayıdaki modacıdan biriydi, Givenchy ise ilk couture evini 1952 yılında açtı. Balmain de 1945 yılında açtığı modaevinde ortaya çıkardığı koleksiyon serisi "Jolie Madame" ile 1952'den itibaren yükselişe geçti ve Dior'un "New Look" görünümünün tipik bir örneğini sunarak parizyen zarafetini moda sahnesine taşıdı. Moda dünyasında rahatlık ve sadeliğin öncüsü olan Coco Chanel ise Dior'un bu yeni akımını kadınların özgürlüğüne karşı bir saldırı olarak görüp ağır bir şekilde eleştirmişti. Chanel'in 1954 yılında görücüye çıkardığı koleksiyonu bütün dünyadaki kadınların benimseyebileceği türde bir çeşitlilik içeriyordu. Meşhur altın zincirli örgü takımları, parlak takılar, ipek bluzlar, monogram düğmeler tasarımlarının olmazsa olmazıydı.

1960'lar

Bütün dünyada özgürlük akımının alıp başını gittiği bu yıllarda öyle bir tasarım yapıldı ki hala adından söz ettirmeye devam ediyor; o da mini etek. Mary Quant'ın bu dahiyane tasarımı bütün bir 10 yıllık süreci etkisi altına aldı. Dönemin yıldızları Twiggy, The Beatles, Brigitte Bardot 60'lar modasının en çarpıcı temsilcilerindendi. André Courrèges'nin fütüristik tasarımlı renkli rugan botları dönemin belirleyici aksesuarlarındandı. Bu arada püskül detayları moda sahnesinde az da olsa varlığını sürdürmeye devam ederken Cher'in püsküllü giysileri bu trendin yeniden geri dönüşünü sağladı. Dönemin bir diğer öne çıkan aksesuarı ise kenarlıksız olan ve "pillbox" olarak anılan şapkalardı. Jackie Kennedy adeta o şapkayla hafızalara kazındı. İspanyol paça pantolonlar,

Fotoğraf Getty Images Türkiye

Modanın siyasi, kültürel ve toplumsal olayların bir yansıması olduğunu düşünürsek, pandeminin moda dünyasında yarattığı etkinin çok köklü ve büyük olduğunu söyleyebiliriz.

batik desenler ve şal desenleri ise 60'lı yılların adeta simgesi haline gelmişti.
Bu dönemin devrim yaratan tasarımcılarının başında Pierre Cardin ve Yves Saint Laurent geliyordu. Bu tasarımcılar özel yapım çalışmasalar da sınırlı sayıda beden ve renk üretiminde bulunuyorlardı. 1960'lı yılların dikkat çeken diğer tasarımcıları arasında ise Emilio Pucci ve Paco Rabanne vardı. Emilio Pucci'nin spor giyim tasarımları ve dönemin sanat dallarıyla altkültürlerini etkisi altına alan psikedelia akımından esinlenerek oluşturduğu desenleri farkını ortaya koymasını sağladı. Sonradan Paco Rabanne adını alacak olan Francisco Rabaneda Cuervo ise ilk modaevini 1966'da açtı ve modern tasarımlarıyla moda sahnesine yepyeni bir soluk getirdi. Rabanne, siyahi modelleri ilk kullanan tasarımcı olmasıyla da ayrı bir yere sahipti. Bu dönem aynı zamanda günümüz dünyasında çok sık rastladığımız ünlü ve marka işbirliklerinin de ilk doğuşuna denk geliyor. Moda tasarımcılarıyla ünlü isimlerin bir araya geldiği işbirlikleri arasında Audrey Hepburn ve Givenchy ile Jackie Kennedy ve Oleg Cassini bulunuyor.

1970'ler

Moda sahnesinde neredeyse her şeyin en abartılı boyutlarda karşımıza çıktığı 1970'ler, 80'lerin rengarenk ve yine şatafatlı görünümlerinin öncülü niteliğindeydi. Studio 54'le birlikte ortaya çıkan disko kültürü bugünlerde de oldukça popüler olan palazzo pantolonların, halter yaka bluzların ve crop üstlerin çıkışıyla sonuçlandı. Diğer yandan punk kültürü de bu dönemde kendisini oldukça hissettiriyordu. Vivienne Westwood ve Malcolm McLaren'ın öncülüğünde ekose desenli tişört ve gömlekler sokak stilinde yükselişe geçti. 60'larda kendini hippi akımıyla birlikte göstermeye başlayan İspanyol paça pantolonlar ise bu dönemde altın çağını yaşadı diyebiliriz. 1970'li yılların adından söz ettiren iki önemli tasarımcısı ise kısa bir süre önce hayatını kaybeden Kenzo Takada ve Sonia Rykiel'di. Kenzo bu dönemde batıya ve doğuya özgü özellikleri bir arada harmanlayarak moda dünyasının adeta altını üstüne getirdi. Streç trikoların kraliçesi olarak anılan Sonia Rykiel ise 1974'te ilk ters dikiş kazaklarını üretti. Laura Ashley de bu dönemde zamansız, güncel trendlerden uzak tasarımlarıyla kendisine ayrı bir yer edindi. Modernlikten uzak, çiçek desenlerinin hakim olduğu feminen siluetler, romantik kadın imajını sürdürmeye devam etti. O yıllarda İtalyan modasındaki gelişmeler de gözardı edilemezdi. Özellikle Giorgio Armani ve Nino Cerruti dönemin ses getiren iki tasarımcısıydı. Armani ilk kadın koleksiyonunu 1975 yılında üretti. Dinamik, şehirli ve androjen görünümler koleksiyonuna hakimdi. Ayrıca iş hayatına dahil olan kadınların sayısının giderek artmasını göz önünde bulundurarak daha sade ve ölçülü bir stil sunuyordu. 1957 yılında erkek giyim butiğini açan Nino Cerruti ise 1976 yılında ilk kadın koleksiyonunu yarattı.

1980'ler

1980'ler öyle bir dönemdi ki hem popüler kültürün yükselişi hem de moda açısından üstüne sayfalarca yazı yazılabilir. 80'ler dendiğinde ilk aklımıza gelenler ise tabii ki rengarenk taytlar, fosforlu renkler, tozluklar, omza atılan sweatshirt'ler, bel çantaları, permalı saçlar ve devasa boyutlardaki vatkalı giysiler. Geniş vatkalı omuzların kadınların iş hayatındaki gücünü de temsil ettiğini söylemeden geçmeyelim.
Dönemin dikkat çeken tasarımcıları ise Azzedine Alaia ve Thierry Mugler'di. Retro ve fütüristik öğeleri tek bir potada eriten Mugler, yuvarlak kalçalar ve keskin omuz detaylarına sahip tasarımlarıyla rakiplerinden ayrıldı. Alaia ise 80'lerin kadın siluetini tasarımlarıyla başlı başına şekillendirdi diyebiliriz. Spandeks ve viskoz gibi az kullanılan materyallere tasarımlarında yer verdi. O sıralarda ise Christian Lacroix haute couture dünyasına yepyeni bir soluk getirmişti. Flamenko ruhunu anımsatan puantiyeli kabarık etekleri döneme damgasını vurdu. Tam da bu dönemde modanın alışılagelmiş kurallarını yıkan ve adeta kendi bildiklerini okuyan iki Japon tasarımcı yükselişe geçti. Biri bugün Comme des Garçons markasıyla tanıdığımız Rei Kawakubo, diğeri ise Yohji Yamamoto. Düz ayakkabılar, sıfır makyaj, alçakgönüllü ve bir yandan da esrarengiz bir duruş, bu iki tasarımcının tasarım anlayışının temelini oluşturuyordu. Sokak kültüründe ise Adidas zaferini ilan etmiş ve hatta adına, dönemin ünlü hip hop grubu Run DMC tarafından "My Adidas" adında bir şarkı bile yapılmıştı. Ayakkabıyı kadınlar için bir arzu nesnesi haline getiren ayakkabı tasarımcısı Manolo Blahnik ise 1980'lerde ününe ün kattı.

1990'lar

Caz ve punk kültürü moda üstünde nasıl güçlü bir etkiye sahip olduysa 90'lı yıllara da bu anlamda en etki eden akım grunge'dı. 1993 yılında Marc Jacobs'ın Perry Ellis markası için hazırladığı çığır açan ilkbahar-yaz koleksiyonu tasarımcının



1970

1975 yılında baştan aşağı sarı takımıyla dikkat çeken bir model.



1980

Aktris Heather Locklear 1981 yılında bir moda çekiminde.



1990

Grunge akımının her yeri sardığı 90'lı yıllarda başta Dr. Martens olmak üzere önlemez bir bot modası vardı.

Fotoğraf Getty Images Türkiye



2000

Sex and the City



Balenciaga

2010



Off-White

2020



Celine

Fotograf Getty Ir

kovulmasına neden olsa da aslında ne kadar ileri görüşlü olduğunu gözler önüne seriyordu. Pazen gömlekler, şalvar pantolonlar, çiçek desenleri, örgü bereler ve tabii Dr. Martens botlar… Bu akıma eşlik eden bir diğer önemli akım ise minimalizmdi. Beyaz, gri ve siyah renklerde ince kumaşlardan tasarlanan askılı slip elbiseler bu akımın yegane temsilcisiydi. Bu dönem aynı zamanda iş hayatının giyim kodlarıyla ilgili de bir dönüşüme imza attı. O güne dek takım elbise ve döpiyesle-rin başrolü oynadığı iş dünyasında artık rahatlık ön plana çıkmaya başlamıştı ve stiller de buna göre şekillendi. Adi-das'ın 80'lerdeki popülaritesi ise yerini Converse'e bu dönemde devretti diyebiliriz. Ayakkabılardan söz açılmışken Spice Girls ile adeta özdeşleşen platform ayakkabılar o dönem genç kızlığını yaşayan herkesin olmazsa olmazıydı.
Yüksek moda sahnesinde ise Gucci 1994 yılında adı henüz hiç duyulmamış olan Tom Ford'u tasarım direktörü olarak işe aldı. Tom Ford'un ortaya çıkardığı şık ve şaşırtıcı koleksiyon-lar sayesinde İtalyan modaevi mükemmel bir prestij elde etti. Prada da aynı şekilde 1990'larda moda sektöründe yaratıcı bir güç oldu. Diğer yandan, Michael Kors, Marc Jacobs ve Calvin Klein bu dönemin en ilham verici tasarımcılarıydı. Perry Ellis'teki işinden olan Marc Jacobs'ı keşfedip yıldızını parlatan ise Louis Vuitton oldu. Versace seksi ve renkli tasarımlarıyla, Dolce&Gabbana ise süper feminen ve fantastik stilleriyle bu döneme damgasını vurdu.

2000'ler

Sportif giyimin kendisini tam olarak gösterdiği yıllar 2000'ler diyebiliriz. Eşofman takımları müzik sahnesinin parlayan yıldızları Britney Spears, Jennifer Lopez ve Christina Aguilera ile yükselişe geçerken, karın kaslarını ortaya çıkaran kısa üstler ve aşırı düşük bel pantolonlar bu döneme damgasını vurdu. Juicy Couture'ün eşofman takımları ünlülerin olmazsa olmazı haline geldi. Diğer yandan, ilk başlarda tasarımını oldukça kaba bulduğumuz Ugg botlar da bu dönem kendisini gösterdi. Popüler kültürün yaşamın her alanına işlediği bu dönem cüretkar ve seksi görünümlere de ev sahipliği yaptı. Choker'lar ise bu tür kombinlerin ideal tamamlayıcısıydı. İşte tam da bu dönemde Alexander McQueen, Christian Louboutin, Vivienne Westwood ve Karl Lagerfeld gibi tasarımları halen günümüz modasına etki eden tasarımcıların yıldızı parladı. 2000'ler aynı zamanda hızlı moda akımının yükselişe geçtiği dönemdi. Markalar tüketicilerin alışveriş alışkanlıkları üstünde belli pazarlama stratejileri uygulamaya başlamıştı. H&M ve Zara gibi markalar çeşitli tasarımcılarla çalışmaya başlayarak ulaşılabilir giyimi yaygınlaştırdılar. Bu da tasarımcı ürünlerine tüketicilerin sahip olmasına olanak sağladı. 2000'li yılların moda sahnesinde değişimi böyleyken, döneme damga-sını vuran "Sex and the City"i de göz ardı etmemek lazım. İkonik diziler arasına giren yapımda Carrie Bradshaw'un modaya dair tutkusu ve meşhur Manolo Blahnik ayakkabıla-rını hatırlamakta fayda var.

2010'lar

Günümüzde kendisini oldukça hissettiren athleisure trendinin tohumları 2010'larda atıldı. Aynı zamanda bu dönem skinny jean'lerin tahtına kurulduğu ve başka hiçbir jean modelini rakip görmediği yıllar oldu. Aslında spesifik olarak öne çıkan ve döneme damgasını vuran tek bir trendden bahsedemeyiz, geçmiş yıllarda yükselişe geçen trendlerin bir karışımı demek 2010'lar için daha doğru olur. İndie ve alternatif müziğin yükselişe geçmesiyle Hipster akımı bu süreçte modayı etkisi altına aldı. Sosyal medya influencer'larının da gündeme ilk gelmeye başladığı bu dönemde, hızlı moda daha da yükselişe geçti. Hayvan desenleri, baskılı tişörtler ve yırtık jean'ler sokak stilinin nabzını tutuyordu. Alexander McQueen, Tommy Hilfiger ve Calvin Klein ise bu dönemde 1970'ler ruhunu tasarımlarına taşıyarak fark yarattılar.

2020'ler

2020'li yılların henüz başındayız ve dünya olarak halen zorlu bir dönemden geçmeye devam ediyoruz. Dijital çağın etkisini hayatımızın her alanında hissederken, uzun karantina süreç-leri ve pandeminin yarattığı anksiyeteyle birlikte hepimiz dünyaya bambaşka bir gözle bakar olduk. Modanın siyasi, kültürel ve toplumsal olayların bir yansıması olduğunu düşünürsek, pandeminin moda dünyasında yarattığı etkinin çok köklü ve büyük olduğunu söyleyebiliriz. Tüketim alışkan-lıklarımızdan giyim anlayışımıza birçok şey değişime uğradı ve uğramaya da devam ediyor. Dijital olarak gerçekleşen defileler, sürdürülebilirliğin öne çıkması, diğer yandan yavaş moda akımının yükselişi… Köklü bir değişim olduğu kesin ama 2020'li yılları moda açısından analiz edebilmemiz için önümüzde bir dokuz sene daha var. Ancak bir buçuk senelik süreci göz önünde bulundurursak diyebiliriz ki evlere kapan-dığımız dönem bizleri içinde rahat hissettiğimiz kıyafetlere yöneltti. Athleisure trendi tam anlamıyla egemenliğini ilan etti. İş dünyasının giyim kodları da buna bağlı olarak yeniden şekillendi. Pandeminin moda dünyasına yansıması ise oldukça fütüristik ve sürrealistik görünümleri gündeme getirdi. Rick Owens, Balenciaga, Paco Rabanne ve Schiaparelli'nin 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonlarında başrolü maskelerin alması bunun bir göstergesiydi. Ancak bizim tahminimiz 2020'li yıllar moda dünyasında çevreye duyarlı yaklaşımıyla adından söz ettirecek. Özellikle hızlı moda markaları sürdürülebilirliği daim kılmak ve dünyamıza verdikleri zararı minimuma indirmek adına verdikleri sözleri tutarsa, büyük bir değişim kapıda diyebiliriz.

Yazı Zeynep Sipahi

Ezber bozuluyor

Kurallar, düzenler, alışkanlıklar… Değişimin adımları bu kez daha hızlı atılıyor. Yaşanılan her farklı süreç moda dünyasını da etkiliyor. Peki bu değişim ne gibi sonuçlar doğuruyor dersiniz? Evet, bu sefer özgünlük ve yaratıcılık aynı sahneyi paylaşıyor.

Yaşadığımız son dönemde daha farklı fikirler, daha özgün düşünceler moda dünyasını şekillendiriyor. Bu değişim sadece stillerimizi değil, modanın sanat ile ilişkisini de etkiliyor. Her dönem keyifle takip ettiğimiz moda haftaları artık dijital dünyanın gücüyle birlikte sanatsal çalışmaları moda tutkunlarının beğenisine sunuyor. Yeni neslin yeni isimleri de bu değişen dünyaya katılarak sektöre farklı bir soluk getirmeyi başarıyor. Bu kez hangi pencereden bakarsak bakalım moda haftasında yaşanılan gelişmeleri yeni bir umut olarak nitelendirebiliriz. Biz de bu gelişmelere kayıtsız kalmamak için geçtiğimiz günlerde gerçekleşen Fashion Week Istanbul'un detaylarını masaya yatırıyoruz.

Dijital yansıma

Bahsettiğimiz özgünlük daha ilk günden bizleri karşıladı. Agatha Christie'nin Doğu Ekspresinde Cinayet adlı romanından izler taşıyan bir film ile özgünlüğünü kanıtlayan Dice Kayek, uzun bir süre daha hafızalarda yer edineceğe benziyor. Candan Erçetin ve Ahu Yağtu gibi önemli isimlerin yer aldığı film, moda dünyasının sınırsız bir yaratıcılığa sahip olduğunu da kanıtlıyor. Moda filmlerinin her zaman izleyiciye daha çok ilham verdiğini söyleyebiliriz. Bu moda haftasının bir ilham kaynağı ise Çiğdem Akın oluyor. "Nobody Knows" adlı koleksiyonunu sergileyen başarılı tasarımcı, yayınladığı 12 dakikalık film ile güçlü karakterlere sahip olan kadınlara atıfta bulunuyor. Geleneksel bağlarımızı tasarımlarıyla günümüze uyarlayan Akın, farklı renklere sahip takım ve elbiselerle de oluşturduğu temasını bir kez daha vurgulamış oluyor. Mandala sanatından esinlenen Tanju Babacan'dan yeni dünyanın gündem konularından olan iklim değişikliğini ele alan Tuba Ergin'e kadar birçok tasarımcı böylelikle koleksiyonlarını kalıplaşan podyum gösterilerinin aksine yaratıcılığın ön planda olduğu moda filmleri ile sunarak yeni bir dönemin kapılarını aralamış oluyor.

Köklü geçmiş

Değişimin içerisinde vazgeçemediğimiz kökler de bulunmuyor değil. Her sezon koleksiyonlarıyla kendini kanıtlamayı başarmış tasarımcılar bu sezon da yükselttikleri çıtayı düşürmüyor. Her geçen gün çıtayı daha da yükseğe taşımayı başaran Özgür Masur ise içinde bulunduğumuz dönemi, ince detaylarla somutlaştırılmış, cesur ve sanatsal bir anlatım ile koleksiyonuna yansıtıyor. Origami olarak nitelendirilebilecek drape detayları ile bu koleksiyona imzasını atan tasarımcı, markanın mirasını yansıtan aksesuarlarıyla da 2021-2022 Sonbahar-Kış koleksiyonunu ön plana çıkarıyor. Özgür Masur ile aynı başarıyı paylaşan Zeynep Tosun ise 2021 İlkbahar-Yaz Haute Couture koleksiyonuyla karşımıza çıkıyor. Yaşadığımız coğrafyanın köklerine ithafen oluşturduğu "Apasas; The City of The Mother Goddess" adlı koleksiyonu ile Anadolu'da yaşadıklarına inanılan ve mitolojinin gelmiş geçmiş en güçlü kadınları olarak kabul edilen Amazon kadınlarının yaşamını yansıtıyor.

Yeni soluk

İstanbul Moda Akademisi Moda Tasarımı Bölümü mezunlarının katıldığı Karma by İMA defilesi, geleceğe yeni bir pencereden bakmamızı sağlıyor. Yeni bir pencere diyoruz, çünkü kullandıkları farklı teknikler ve sunumlar geleceğe olan inancımızı da güçlendiriyor. Genç tasarımcı Mehmet Demir'in "Awakening" adlı koleksiyonunda bulunan, günlük hayatımızda kullanabileceğimiz parçalar, fonksiyonel ve teknolojik kumaşlar ile tasarlanıyor. Engin Ekinci'nin ise "Chained" isimli koleksiyonu, kişisel sınırları ve değişim karşısındaki duruşu simgeleyen psikolojik bir metaforu gözler önüne seriyor. Tezat formlardan yararlanan tasarımcı aynı zamanda stilimizi güçlendirmeye aday olan şal tasarımı ile koleksiyonunu taçlandırıyor. Sanat ve tasarım arasındaki ilişkiyi sorgulayan Ezgi Karayel de "A piece of Work" koleksiyonuyla özgünlüğünü konuşturuyor. Gelecek dönemlerde modaya yön verecek olan tasarımcılar böylelikle şimdiden içimize su serpmeyi başarıyor.

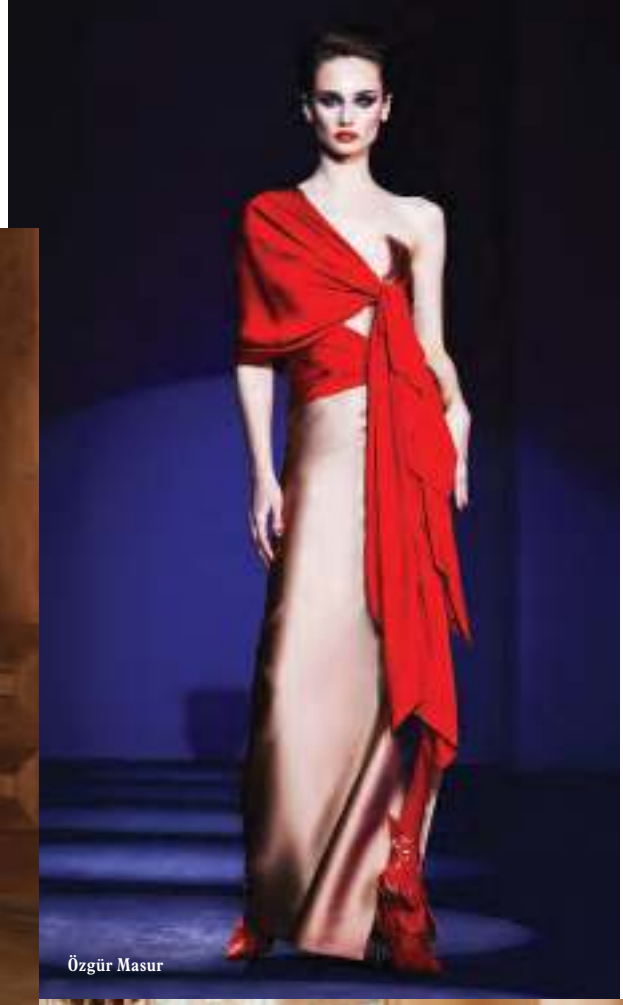
Yazı Salih Devrim



Karma by İMA,
Engin Ekinci



Çiğdem Akın



Özgür Masur



Zeynep Tosun



Dice Kayek



Moda dünyasına getirdiği yenilikler ve kendine has tasarımlarının yanı sıra mizacıyla da herkesin sempatisini toplayan Alber Elbaz 59 yaşında hayatını kaybetti.

Alber Elbaz'ın Ardından



Moda dünyasının en sevilen isimlerinden Alber Elbaz'ın aramızdan ani ayrılışının ardından kariyeri, hayata bakış açısı ve ikonik kişiliği önünde saygıyla eğiliyoruz.

Geoffrey Beene, Guy Laroche, Yves Saint Laurent, Krizia, Lanvin… Moda yolculuğu boyunca birçok önemli markaya dokunan Alber Elbaz, attığı her adımda kadınları daha iyi hissettirmeyi hedefledi. "Kadınlara hayranım ve onlara saygım sonsuz" diyen ünlü tasarımcı, kendini sürekli yenileyerek kadınların ne istediğini ve neye ihtiyaç duyduklarını anlamaya çalıştı. Annesi ressam olan Elbaz, henüz çok küçük yaşlarda çizim yapmaya başladı. Moda kariyerinin ilk adımını ilkokuldayken her gün öğretmeninin giysilerini çizmeye başlayarak attı. Yıl sonunda defteri öğretmenine hediye eden ünlü tasarımcı giysilerle arasındaki bağın hayallerle örülü olduğunu belirtmişti.

Elbaz'ın kariyerindeki dönüm noktası, Lanvin'in kreatif direktör koltuğuna oturması oldu. 14 yıl boyunca Lanvin çizgisini yaratıcılığı ve üretkenliği sayesinde üst seviyeye taşıdı. Marka DNA'sında bulunan öğeleri yeniden yorumlayarak adeta markaya yeniden can verdi. Yaptığı çalışmalarla Lanvin'in hitap ettiği kitleyi genişletmeyi ve Fransız modaevini gençlerle buluşturmayı başardı. Elbaz'ın beklenmedik hamlelerinden biri de H&MxLANVIN işbirliğini gerçekleştirmek oldu. Oldukça yankı uyandıran işbirliği için



modaseverler bir gece öncesinden mağaza önünde kuyruk oluşturdu. Elbaz'ın Lanvin ile yola çıktığı konum ve markayı getirdiği nokta düşünülürse, sayılarla ölçülemeyecek bir çalışmanın ve başarının varlığı gözler önüne seriliyor. Kariyerinin altın yılları diyebileceğimiz 2005 yılında CFDA tarafından Yılın Uluslararası Tasarımcısı, 2007 yılında ise Légion d'honneur, Fransa Şeref Nişanı'na layık görüldü ve yine aynı yıl Time dergisinin Dünyayı Etkileyen En Etkili 100 ismi arasına girmeyi başardı.

14 yılın ardından Lanvin tarafından Alber Elbaz'ın görevinden alınması moda dünyasında büyük bir şaşkınlık yarattı ve tepkileri üzerine çekti. Yaşanan bu üzücü ayrılığın ardından Elbaz, Central Saint Martins gibi birçok tasarım okulunda dersler vererek, keyifli işbirliklerine imza atarak kaldığı yerden devam etti. Beş yılı bu şekilde geçiren ünlü tasarımcı 2021 yılıyla birlikte moda dünyasına müjdeyi verdi. AZ Factory adını verdiği yeni bir marka kurarak yeni bir yolculuğa çıkacağını duyuran Elbaz, kurduğu markanın sadece kendisiyle ilgili olmadığını, bu yüzden kendi adını taşımadığını açıkladı. Kurduğu yeni markayı tam anlamıyla bir yaratım fabrikası olarak oluşturduğunu belirtti.

Moda yolculuğu boyunca sürdürdüğü amacını bu markada da devam ettirmeyi hedefleyen ünlü tasarımcı, AZ Factory ile ilgili şunları söyledi: "Bugün kadınların hayatlarına baktığımızda, onların en iyi anne, en iyi eş, birlikte çalıştığınız en iyi insan olmak için birçok farklı yönde emek verdiğini görebilirsiniz. Bir çözüm üzerinde çalışmaya başlamam gerektiğini fark ettim. AZ Factory ile yeni teknolojiyi tanıtıyorum ama aynı zamanda muhteşem görünmekten biraz daha derine inmeye çalışıyorum. Kadınları dinliyorum. Onların hayallerini gerçekleştirmek için neler yapabileceğimi görmek istiyorum." AZ Factory'nin 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonu 25 dakikalık bir kısa filmle tanıtıldı. Bir koleksiyon kısa filmi olmanın yanı sıra Alber Elbaz'ın yeniden aktif olarak moda sahnesine dönüşünü simgeleyen filmin son dakikalarında Anna Wintour'dan Marc Jacobs'a ünlü tasarımcının moda dünyasındaki dostlarından Elbaz'ın geri dönüşü için çektikleri kutlama videolarına da yer verildi. Alber Elbaz yaratmaya, güzelleştirmeye ve pozitif enerjisini daha büyük kitlelere yansıtmaya yeniden başlamışken, tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüse yenik düşerek hayata gözlerini yumdu. Her ne kadar şu an hayatta olmasa da moda dünyasında bıraktığı unutulmaz iz ile ölümsüzlüğe kavuşan ünlü tasarımcının eşsiz kişiliğini şu sözleriyle hatırlamaya devam edeceğiz:

"Yürüdüğünüzde beş farklı yöne bakın. Dümdüz ileriye bakın, çünkü daima ileriye bakmalısınız. Geriye bakın, çünkü nereden geldiğinizi hatırlamalısınız. İhtiyacınız olursa yanınızda olacak insanların kim olduğunu görmek için yanınıza bakın. Kimseye basmadığınızdan emin olmak için aşağı bakın ve yukarı bakın çünkü birinin bizi koruduğunu hatırlamalısınız. Belki de hayatım bundan ibarettir."

Yazı Onur Özcan





2

"Kadınlara hayranım ve onlara saygım sonsuz" diyen Alber Elbaz, kendini sürekli yenileyip kadınların ne istediğini ve neye ihtiyaç duyduklarını anlamaya çalışarak tasarımlarına hayat verdi.



1

1. Paris Moda Haftası, Lanvin 2012 Sonbahar-Kış defilesinden.
2. Alber Elbaz'ın çizimleri.
3. AZ Factory 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonundan.
4. 2018 yılında Alber Elbaz X LeSportsac New York Moda Haftası Partisi'ne katılan Alber Elbaz.



4

3



Fotoğraf Getty Images Türkiye

Yarının hikayeleri

Zamansız ürünleriyle sürdürülebilirlik kavramının önemine her sezon vurgu yapan Knitss'in yeni koleksiyonu ve yakın gelecekteki planlarını markanın kreatif direktörü Duygu Boz paylaşıyor.



Moda dünyasında "yarın" kavramının öneminin altını çizen Knitss, yeni sezon koleksiyonu Beautiful Flora ile doğal kaynakların korunması ve yaşam alanlarının devamlılığı için sürdürülebilir materyalleri öne çıkartıyor. "Daha iyi bir dünya" söyleminden yola çıkan markanın ilkbahar-yaz ürünleri ve gelecek planları ile ilgili kreatif direktörü Duygu Boz ile bir röportaj gerçekleştirdik.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?
Bilgi Üniversitesi Sinema-TV mezunuyum. Okul sonrası kısa bir sektör deneyimim oldu ama aile işine kayıtsız kalamadım, bununla birlikte İstanbul Moda Akademisi'nde moda tasarımı ve yönetimi üzerine eğitim aldım. Moda ve tekstil aslında hayatımın her zaman odak noktası oldu. Hayatımın doğal akışı, sinema okumamın da vermiş olduğu gözle, moda ve tekstil alanında koleksiyonlarıyla her sezon faklı hikayeler anlatan Knitss'i kurmama ilham verdi diyebilirim.

Knitss'in yaratım süreci nasıl gelişti?
Tüm zevk ve birikimlerimi bir marka ile birleştirme hikayesi çocukluk hayallerime dayanıyor. Knitss aynı zamanda bir aşkın da meyvesi. Eşimle tanışmamızla başlayan, inanmak ve yola koyulmakla gerçekleşen, çok çalışmanın bir sonucu. Knitss'in hazırlık ve çıkış hikayesi başlangıçtan itibaren iki yıllık profesyonel çalışmanın sonucu. Trikoda özgün, orijinal dünyaya sahip en kaliteli materyallerden oluşan tasarımları sunmak üzere yola çıktık diyebilirim. En iyi bildiğimiz ve ürettiğimiz ürün grubunu içeren ağırlıklı triko koleksiyonlar evrensel ve yerel pazarda ne giydiğini bilen güçlü stil sahibi kadınlara hitap ediyor.

Kısa süre içinde büyük başarı elde etti. Bunu neye bağlıyorsunuz?
Başarımızı sunduğumuz koleksiyonların özgün ve kaliteli olmasına bağlıyorum. Koleksiyonlarımızda yer alan tasarım ve desenleri içerdiği materyal ve kombinasyonlarla sunan başka rakip marka yok. En kaliteli koleksiyonları özel satış noktalarında ve online olarak kaliteli servise dayanan müşteri memnuniyetine verdiğimiz önemle hissettiriyoruz. Tüketiciye değer veriyoruz, giydiği ürün ve aldığı servisle bunu

yaşamasını istiyoruz. Kullan-at kültüründen uzak, deneyime dayalı, sadakatli bir ilişkimiz var müşterilerimizle. Knitss'ten bir defa alışveriş yapan biri aldığı ürünün kalite ve konforundan duyduğu memnuniyetle tüm sezonları ilgiyle takip ediyor.

Knitss'in hedef kitlesi kimdir?
Ne giydiğini bilmek isteyen, doğaya ve hayata duyarlı kadınların markası Knitss. Güçlü, stil sahibi, içinde rahat ve iyi hissettiği özgün koleksiyonlara meraklı bir kadın bizim kadınımız. Zamansız ve yaşsız koleksiyonlar sunuyoruz. Bence günümüzde kadının yaşı ve zamanı yok artık. İlhamımızı hayatın kendisinden ve özgüvenli kadınların stil sahibi duruşlarından alıyoruz. Bununla birlikte aşkla ve sevgiyle üretiyoruz. Bu enerjinin müşterilerimize de yansıdığını ve iyi hissettirdiğini düşünüyorum.

Sürdürülebilirlik kavramına önem verdiğinizi biliyoruz. Ürünlere bunu hangi koşullarda yansıtıyorsunuz?
Bu konu son birkaç sezondur Knitss'in kalbinde yer alan ve üzerine ciddi bir şekilde kafa yorduğumuz bir kavram. Koleksiyonlarımızın tasarım sürecinin ilk adımından müşterilerimizle buluşmasına kadar geçen tüm oluşum ve seçim aşamalarında çevreyi korumaya odaklanıp hızlı moda anlayışının verdiği zararın ortadan kaldırılmasında sorumluluk hissediyoruz. Sürdürülebilir materyaller kullanmaya çok dikkat ediyoruz; sertifikalı iplikler ve geri dönüştürülmüş materyaller ile koleksiyonlarımıza hayat veriyoruz. Bununla birlikte bu sezon "Sustain the Fashion" (Modayı Sürdür) söylemimizden yola çıkarak bu konuya uzun vadeli dikkat çekmek istiyoruz. Onun dışında sürdürülebilirliği başka alanlarda da uyguluyoruz; üretimde yüzde 70 kadın istihdamında pozitif ayrımcılık uyguluyoruz, kadının gücüne inanıyoruz. Daha iyi bir gelecek için tüm değer yargılarımızı ön plana koyarak çevre ve insan hayatına duyarlı bir yaklaşımı benimsiyoruz.

Yeni sezon koleksiyon teması nedir?
Pandemi hepimizin hayatına dokundu ve bize asıl gücün doğada saklı olduğunun altını hafızalardan hiç silinmeyecek bir şekilde çizdi. Beautiful Flora İlkbahar-Yaz Koleksiyonu karantina günlerinde tüm ekibimizin özveriyle üzerinde çalışarak doğanın gücünden ve renklerinden ilhamla tasarladığımız bir koleksiyon oldu.

> "İlhamımızı hayatın kendisinden ve özgüvenli kadınların stil sahibi duruşlarından alıyoruz. Bununla birlikte aşkla ve sevgiyle üretiyoruz." **Duygu Boz**

Koleksiyonda yer alan tasarımların özellikleri neler?
Knitss İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu en kaliteli İtalyan ipliklerin yer aldığı özel sertifikalı, özenle seçilmiş doğaya duyarlı materyallerden oluşan içeriklerle oluşturuldu. Ürünlerin tasarımı, kalitesi, içeriği doğayı ve sürdürülebilirliği temsil ediyor.

Daha çok hangi renklere yer verdiniz?
Koleksiyon üç ana temadan oluşuyor: Romance, Bloom ve Exotic. Romance; yaz çiçeklerinin tomurcuklarından ilhamla canlı renklerle kontrast renklerin birleşmesiyle nar çiçeği, yeşil, pembe gibi renklerin hakim olduğu grup. Bloom; deniz ve su altı dünyasından ilhamla oluşturulan desen ve renk kombinasyonlarının yer aldığı kum, deniz mavisi, sarı gibi renkleri birleştiren grup. Exotic ise tatil ve sahil hayatının vazgeçilmez parçalarını oluşturacak kapsül plaj koleksiyonun yer aldığı grup. Ana renklere ise limon, şeftali, turkuaz gibi canlı ve sıcak renkler hakim.

Sizin favori görünümünüz hangisi?
Ben tüm ürünleri keyifle severek giyiyorum, ayırmak bu anlamda zor. Bir kadın ne giymek ister ve nasıl hissetmek ister, bunun üzerine düşünüp koleksiyonlarımızı oluşturuyoruz. Plaj kapsül koleksiyonu içinde yer alan tüm ürünler bu sezon favorim olabilir. Ayrıca pandeminin de etkisiyle loungewear grubu altında organik pamuktan tasarladığımız rahat giyime yönelik ürünler hem çok kullanışlı hem de çok şık.

Pandemi tekstil sektörüne bambaşka boyutlar kattı. Bu evrilme Knitss markası olarak size nasıl bir süreç yaşattı?
Pandemi hepimize çok şey kattı diyebilirim. Her şeyden önce sağlığın hayattaki en önemli şey olduğunu ciddi bir şekilde öğrendik. Knitss olarak bizler ekip olarak müşterilerimizle birlikte daha iyi bir dünyayı hedeflediğimizi hissediyorum. Pazarlama hedeflerinin çok ötesinde sorumluluklar alıyoruz. Bir ürünü satın aldığınızda, etik ve sürdürülebilir üretimi, en üst düzeyde iş sağlığı ve güvenlik koşullarını desteklemiş olursunuz. Giysinizin üretiminde çocuk işçi çalıştırılmadığından emin olursunuz. Sağlığınız ve eko sistemimiz için çevre dostu yöntemlerle üretilmiş malzeme kullanımını da desteklemiş olursunuz. Daha iyi bir gelecek için adil ticarete katkıda bulunursunuz. Başka bir deyişle, bir Knitss ürünü satın aldığınızda, daha iyi bir dünya için adım atmış olursunuz.





Dünden Bugüne Hep Birlikte

L'Officiel Türkiye ailesi olarak 100. sayımızı bizleri bu yolculukta hiç yalnız bırakmayan Türk modasının önde gelen tasarımcıları ile birlikte taçlandırıyoruz. Özel çizimleri ile sayfalarımızı renklendiren Emre Erdemoğlu, Gökhan Yavaş, Hatice Gökçe, Nihan Peker, Niyazi Erdoğan, Özgür Masur, Özlem Süer, Şansım Adalı, Tuvana Büyükçınar ve Zeynep Tosun'a en içten teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Sevgili L'officiel Türkiye Ailesi;

Tam 100 sayıdır her geçen gün büyüyerek modanın sesi dışı sanat ve tasarıma olan destekçisiyle bizlerin yanında olduğunuz.

Nice güzel sayılarda hep birlikte olmak dileğiyle...



L'Officiel kendi yüksek stil duygusunu okuyucusunda yaşatan ve özümseten, hayatla sıkı bir ilişki içinde gerçekçi bir dergi. Sayfaları konuları ve konularını okumaya başladığımızda bildiğiniz düşündüğünüz şeyleri başka bir ifade biçimiyle yeniden düşünmeye başlıyor yürüyor ve tanıyorsunuz. Bütün iyi dileklerimle 100. Yılınızı kutluyorum.

Hatice Gökçe



Hazırlayan Onur Özcan



Modanın yapı taşlarından biri olarak gördüğüm L'officiel ailesinin 100. yılını en içten dilekleriyle kutlarım!

L'officiel kadını hep zarif ve güçlü bir kadın olarak zihinlerimizde varoldu. Beraber bir çok güzel işler yaptık. Birbirimize olan bu bağımızın daha da kuvvetlenerek sürmesi dileği ile...



Yüksek ilhamlar, keyifli edisyonlar, kıymetli ve zamansız içerikleri her zaman olduğu gibi bizlerle buluşturmanız dilekleriyle.
Tüm kalpler L'Officiel'e!
Sansim Adalı

L'Officiel benim için moda dergisinden çok, dünyaya gözümü açtığım ilk kadın dergisine imza atan bir dergidir.
Benim her zaman cesaret, direnç, güçlü, kayıtsız kişilerine ilgi duyan kadınlara destek olan güzelim bir kadın olarak kendimi çok özdeştirdiğim; içeriğiyle ilham bulduğum L'Officiel'in 100 sayısını ve tüm ekibini özel bir tasarım yaparak kutluyorum.
Nice 100 sayılara, sevgiyle...

Tuğana Büyükcanar

Sevgili L'officiel Türkiye,

Türkiye moda endüstrisindeki tasarımcı yolculuğunda yan yana olduğun için teşekkürler

Nigari Erdoğan







Özgür Masur



Sevgili L'officiel;

100. Yaşın kutlu olsun. Yıllarca barış ve özgürlükte şahit olup, kalıcı işler bırakmak şahane! Her zaman çok yeni, her zaman çok önde, nitelikli işler yapıp modayı dönüştürüp rutuna ışık saçtığın için teşekkür ederim. Kendinden beklenen, moda ve sanatı yerel dünyalarla ekonomiye eşitlik adına rutunu sürdür! Nice hoşnutluk artan başarılarla 100.000. sayıyı görmek dileğimdir...

Sevgiyle;

Emre Erdemoğlu

NİHAN PEKER


Sevgili L'officiel
Senin 100. sayını kutladığımıza inanamıyorum,
Zaman su gibi...
Biz Türk tasarımcılarına her zaman sonsuz destek vererek
yaratıcılığa olanak, yeni hikayelerini markalarımıza güç verdi;
Harika ekibin ve tüm moda tutkunlarıyla
Bize ilham olduğun için çok teşekkürler
♡ İyi ki varsın L'officiel ♡
Nihan Peker

Motivasyonun sırları

Çalışkan ve azimli olmak iş hayatında doğru kapıların açılmasına yardımcı oluyor. Bu kapıları sonuna kadar açmayı başaran Omega Türkiye Pazarlama Müdürü Anıl Köprülü ise hayata olan bakışını bizlerle paylaşıyor.

Başarılı bir kariyer çoğu kişinin hedefleri arasında yer alıyor. Peki bunun için ne yapmalıyız, kariyerimizi nasıl yönetmeliyiz? Dikkat etmemiz gereken birçok noktanın cevabını net bir şekilde veremiyor olsak da iyi bir kariyere sahip olan Anıl Köprülü ile bir araya gelerek ilham kaynağımızı güçlendiriyoruz. Aslında sadece kariyerini değil, onu o yapan özellikleri de mercek altına alıyoruz.

Uzun yıllardır sektörde başarılı bir grafik çiziyorsunuz. Yolun başına dönecek olursak, hangi aşamalardan geçerek bugünlere geldiniz?
Öncelikle teşekkür ederim. Annem ve babam oldukça yoğun tempoda çalışan insanlardı. Her ikisi de hafta sonları dahi çalışmasına rağmen işlerini severek yapıyorlardı. Böyle bir ortamda büyüyünce, çalışma hayatı benim için hep bir an önce atılmam gereken bir alan oldu. Daha da önemlisi, tıpkı ailem gibi sevdiğim işi bulabilmeliydim. O yüzden, üniversiteye girer girmez yarı zamanlı olarak karşıma çıkan tüm iş fırsatlarını değerlendirmeye başladım. Çevirmenlik, hosteslik, organizasyonlar, fuarlar, davetler… Hepsinde çeşitli görevlerde yer alarak ilgimi çeken iş alanını keşfetmeye çalıştım. Üniversite son sınıfta arayışımı bulmuştum; iletişim ve pazarlama alanında iş hayatıma devam etme kararı aldım. İstanbul Üniversitesi'nde lisans eğitimi aldıktan sonra Galatasaray Üniversitesi'nde iletişim alanında yüksek lisans yaptım. Bu esnada hem yurtdışında hem yurtiçinde kendi alanımda çalışmaya devam ettim. Gerisi kolaydı, tüm ruhumu ve iş gücümü bu alanda kendimi geliştirmeye verdim.

İş ve özel hayatınız arasındaki sınırları oluştururken zorlandığınız oluyor mu?
20'li yaşlarda, iş ve özel hayatının iç içe geçmesi bana keyif veriyordu. Hatta bunu kendim isteyerek yapıyordum. Yaşım ilerlediğinde ise aileme, hobilerime, eşime, dostlarıma ve kendime ayıracak vakti yönetmem gerektiğini fark ettim. Başlarda zorlandım. Hatta seyahatlerim sebebiyle onlarla yeteri kadar ilgilenmediğim için bana tavır alan arkadaşlarım dahi oldu. İş ve özel hayatın sınırlarını oluşturmada kurallar koymaktan ziyade zaman yönetimi oluşturmaya başladım. Erken kalkmak işimi çok kolaylaştırıyor. Gün içinde her şeyin yaklaşık bir zamanı var hayatımda. Bir de aynı anda iki veya üç şeyi yapmamaya çalışıyorum. Tüm enerjimi tek seferde tek bir odağa vererek zamanımı daha efektif kullandığıma inanıyorum.

Kendinizi geliştirmek için neler yapıyorsunuz?
Yaşadığımız son bir yıl, bize hayatta en önemli hazinemizin sağlığımız olduğunu bir kere daha hatırlattı. Benim de aklıma gelişim deyince önce beden ve akıl sağlığı gelişimi geliyor. Eski lisanslı Galatasaray voleybol takımı oyuncusuyum. Voleybolu bıraktığımdan bu yana haftanın 3-4 günü mutlaka spor yaparım. Yine haftanın hemen hemen her günü meditasyon ile zihnimi dinlendirip bakış açımı geliştirmeye çalışırım. Glütensiz ve vegan beslenme ile bedenimin sindirim yükünü azaltıyorum.

Peki, düzenli spor yapmak size neler hissettiriyor?
Profesyonel sporu okul sebebiyle bırakınca fark ettim ki hayatımda spor olmayınca büyük bir eksiklik oluyor. Spor benim için bedenimin günlük bakımı gibi. Yoğun bir iş gününün ardından yapılan spor tüm motivasyon ve enerjimi bana geri veriyor. Günlük hayatta daha aktif ve pozitif bir insan olmamı sağlıyor. Spor yaparken hem bedenimi hem ruhumu özgürleştirdiğimi hissediyorum. Tatillerde bile yanıma eşyalarımı alıp öğlen spor yapan biriyim. Tüm çevrem beni "spor delisi" olarak adlandırıyor. Açıkçası bu şekilde anılmak hoşuma gidiyor.

Sizce içinde bulunduğumuz bu dönem alışkanlıklarımızı da etkiliyor mu?
Anlamakta ve kabul etmekte zorlandığımız bir dönemden geçiyoruz. Hepimiz alışkanlıklarımızı, düzenimizi, en önemlisi de doğru bildiklerimizi bir kenara koymak durumunda kaldık. Hem özel hem de iş hayatlarımızı baştan inşa ediyoruz. İnsanlar değişime çoğu zaman direnç göstermiştir. Ancak bu sefer bir seçme şansımız maalesef yok. Bu süreç sadece alışkanlıklarımızı değil, tüm hayatımızı etkiliyor. Bu konu ve hayat ile ilgili bakış açımı Bruce Lee'nin okuduğum bir sözüyle eşleştiriyorum: "Su gibi ol dostum." Su

Yoğun tempolu iş hayatını saati saatine organize eden Anıl Köprülü, başarılı bir kariyerin ardında da bu disiplinin olduğuna inanıyor.



gibi olunca insan, her formu alıp her şarta uyum sağlayabilir.

Stillerimiz iyi görünmemize ve kendimizi doğru ifade etmemize olanak sağlıyor. Peki siz stilinizi oluştururken nelerden ilham alıyorsunuz? Olabildiğince sade ama şık tutmaya çalıştığım stilimi zamansız parçalar, blok renkler ve minimal desenlerden oluşturmayı seviyorum. Aksesuarlar ile de stilimi tamamlıyorum. İşim gereği modayı yakından takip ediyorum. Yabancılardan Victoria Beckham'ın tarzına bayılıyorum ve bana çok ilham veriyor. Zamansız, kilit ve kaliteli parçalara yatırım yapmak, dolap karşısına geçip "bugün ne giysem" kararını kolaylaştırıyor. Çünkü hemen hemen her parça diğeri ile eşleşiyor.

İş hayatınızın size en çok keyif veren noktalarını sorsak, bize nasıl bir cevap verirsiniz? İletişim yüksek lisansı yaparken bir hocam, sektörümüz ile ilgili "Devamlı antenleriniz açık olmalı" demişti. İşte beni en mutlu eden kısım burası; devamlı antenler açık halde iletişimde ve akışta kalmak. Her gün yeni insanlar ile tanışmak, onlarla projeler üretmek, sosyalleşmek, seyahat etmek ve tüm projeleri gerçeğe dönüştürmek... İşim gereği aşırı sosyal olmam gerekiyor: Gündüz ofiste toplantılar, telefon trafiği, öğle yemeği toplantıları, mekan ziyaretleri, çekimler, ajans görüşmeleri ve akşam da sektörel davetler. Her gün devam eden bu tempo için bazen "Yorulmuyor musun?" sorusunu alıyorum. Akışta ve iletişimde kalmayı sevdiğim için bunların hepsi benim için bir zevk.

Gelecek planlarınıza da değinmek istiyoruz. İlerleyen dönemler için sizi heyecanlandıran, içinde bulunmak istediğiniz bir proje var mı? Yine pandemi dönemi ile birlik olmanın, yardımlaşmanın önemini bir kere daha anladım. O yüzden artık elimden geldiğince yardım kampanyalarında, yardım kuruluşlarında aktif rol alıyorum. Yakın gelecekte, benim gibi hisseden dostlarım ile birlikte yardım çalışmaları gerçekleştirmeyi planlıyorum ve bu planlar beni çok heyecanlandırıyor.

Artık çoğu sektörün dijital dünya ile iç içe olduğunu gözlemleyebiliyoruz. Peki, siz dijital dünyanın önemi hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital dünya ve orada bıraktığımız izler artık yeni kimliğimiz. Dolayısıyla önce biz iş profesyonellerinin, sonrasında herkesin dijital ortamı dikkatli ve bilinçli kullanması gerektiğini düşünüyorum. Orası artık salt bir eğlence ortamı değil. Bizi vezir de rezil de edebilme potansiyeline sahip bir ortam. Yeni dünya dijitalde kuruluyor. Bizler de geç olmadan yeni dünyadaki yerimizi alıp kendi profesyonel varlığımızı dijitalde doğru bir biçimde konumlandırmalıyız.

Son olarak size ilham vermeyi başaran bir ismi sorsak bize kimi söylersiniz? Annem ve babam benim hem iş hem de özel hayatımdaki idollerim. Sevdiğin işi yapmayı, çok çalışmayı ama bunları yaparken aileye zaman ayırmayı ve dürüst bir insan olmayı onlardan öğrendim. Hayatımda gördüğüm en tatlı ve birbirine bağlı çift olmaları da cabası. Evliliğimde de onları kendime örnek alıyorum.

Röportaj Salih Devrim

Göz alıcı ihtişam

İlhamını Güney Çin'deki pirinç tarlası teraslarından alan Adler mücevherevinin yeni kolyesi Longsheng, bir ışık selinin tüm ihtişamını yansıtıyor.



Uzak ülkelerin manzaraları ve kendilerine has renkleri yarattıkları güzel dokunuşlarla kalplerimizde farklı pencereler açıyor. Yaşanan değerli anları yakalamayı ve bu hatıraları kreasyonlarına yansıtmayı nesillerdir geleneksel hale getiren Adler mücevherevi, yeni tasarım kolyesi Longsheng'i sunuyor. İlhamını Güney Çin'deki pirinç tarlası teraslardan alan kolye ile bir kez daha istisnai hayallerle, uzaklara yapılan bir yolculuğun anıları Adler'in koleksiyonlarında hayat buluyor.

Gözden kaybolduğu noktaya kadar kıvrımlı dalgalarla devam eden tepelerin sureti Longsheng adlı kolyeye yansıtılmış. Adler mücevherlerinin karakteristiği olan asimetri ve markiz pırlantaların rastgele dizilimi sayesinde adeta bir ışık seli etkisi yaratılmış. Boynun kavisine kusursuz uyum sağlaması amacıyla, bir kafes tekniği uygulanan tasarıma böylece hem esneklik hem de ışık efekti ustalıkla verilmiş.

Longsheng için özel olarak tasarlanmış güvenli bir mekanizma sayesinde, merkezdeki markiz kesim pırlanta 7.26 karatlık markiz kesim bir Burma yakutu ile değiştirilebiliyor. Zamanı bilinmeyecek kadar eski geleneklerin ve yeni eğilimlerin füzyonu olan Adler mücevherleri, zaman ve mekan kavramlarının ötesine geçiyor. Longsheng, beyaz altın üzerine, 7.26 karat markiz kesim bir Burma yakutu, 53.85 karat 210 adet markiz pırlanta ve 0.38 karat 76 adet pırlantadan oluşuyor.

MÜCEVHER



128
KOLEKTİF MÜCEVHERLER

Güçlü ve şiirsel duruş

Saat, CARTIER

Kolektif mücevherler

Kısa bir an için, bedenin tanımladığı geçici mekan ve uzayda kapladığı alan her şeye rağmen şiirsel olmayı başarıyor.

FOTOĞRAF MUSTAFA NURDOĞDU
STİL EDİTÖRÜ ZEKİYE KARADAĞ

Gömlek, pantolon, **PRADA**
Timsah tasarım kolye, **BEGUM KHAN,** 7.200 TL
At tasarımlı küpe (broş olarak kullanıldı),
NINON, 255 dolar
Fil tasarımlı broş, **NINON,** 95 dolar





Triko bluz, **BEYMEN STUDIO,** 899 TL
Pantolon, **MAXMARA,** 5.929 TL
Yüzük, **POMELLATO** (Ritratto), (Iconica),
56.949,81 TL , 44.401,54 TL
Ayakkabı, **PRADA**
Bilezik, **POMELLATO** (Tango), 120.656,37 TL



Bluz, **PRADA**
Triko şort, **MIU MIU**
Saat, **CARTIER,**
Fiyat istek üzerine



Elbise, **JACQUEMUS**
Saat, **BVLGARI** (Serpenti Spiga)
Yüzük, **BVLGARI** (Serpenti Viper, B.zero1)



Bluz, pantolon, **PRADA**
Saat, **BVLGARI (**Serpenti Seduttori**)**



Beyaz yelek, **ALEXIS, VAKKO,** 2.866,50 TL
Kolye, **CARTIER,** Fiyat istek üzerine



Elbise, **BALMAIN,** 20.450 TL
Kolye, **LOUIS VUITTON**

Saç İbrahim Alan
Makyaj Shahrzad Naseri
Model Julia Bulakhtina/True Models
Moda Editörü Asistanları
Dilara Alkan, Onur Özcan



Etik Mücevher

Çevre bilincinin her alanda öneminin arttığı bu dönemde Tophills, laboratuvar pırlantası tercih ederek mücevher dünyasında da farkındalığı artırmayı amaçlıyor.

Her alanda ekolojik ürünlere ve çevreye duyarlı yaklaşımlara ilgimizin arttığı bu dönemde, mücevher sektöründe de evrene zarar vermeyen teknolojilerle yapılan etik mücevher akımı başladı. Dünyada her alanda olduğu gibi mücevher dünyasında da artık insanlar çevreyi ve dünyayı koruyan teknoloji ürünlerinin tüketimine yöneliyor.

Hayvanseverlerin kürke karşı duruşunda olduğu gibi çevre bilincine sahip olanların da dahil olduğu akım mücevher için de artık geçerli olmaya başladı. 1996 yılında Kanlı Elmas filminin yayınlanmasıyla Leonardo Di Caprio da, mücevherde farkındalıkla "Laboratuvar Pırlantası" üreten bir şirkete büyük miktarda yatırım yaptığını açıklamıştı. Hollywood'da ve Türkiye'de birçok ünlü ismin de laboratuvarda üretilen pırlantaları kullanması ve bunu özellikle ön plana çıkarmaları dikkat çekiyor. Meghan Markle, Penelope Cruz, Lady Gaga, Emma Watson ve birçok ünlü Hollywood yıldızı da boy gösterdikleri açılış ve galalarda doğanın ve canlıların sürdürülebilirliği için laboratuvar pırlantası kullandıklarını ve bunun daha popüler olmasını umduklarını dile getirdiler.

Ülkemizde ise yetkili olarak bu misyonu 10 yıldır sadece Tophills Mücevher üstleniyor. Gemolojik, teknolojik ve incelikli bir üretim olduğu için, laboratuvar pırlantalarını üretmeyi her marka ne yazık ki gerçekleştiremiyor. Amaçlarının mücevherde farkındalık yaratmak olduğunu söyleyen markanın gemoloğu Hanzade Topaloğlu, "Mücevher, ışıldamak için sadece bahanedir, kadın ışıldamaya önce içindeki cevherle başlamalı" diyor.

Nişantaşı Abdi İpekçi Caddesi'ndeki showroom'unda yüzlerce özgün mücevher tasarımı sergileyen Tophills, hijyenik bir ortamda, randevulu bir sistemle mücevherseverlere hizmet veriyor. Anneler Günü için göz alıcı bir hediye arayışında olanlara birbirinden şık seçenekler sunuyor.



Annelere verilen ilk hediyeden alınan ilhamla...

Saflık ve masumiyetin sembolü papatyalar, Gilan'ın Anneler Günü'ne özel hazırladığı koleksiyonun ilham kaynağını oluşturuyor. Yüksek kalite taşlarla tasarlanan takılar hiçbir zaman modası geçmeyecek zamansız parçalardan.

Gilan, Anneler Günü'nü ikonik Papatya Koleksiyonu ile kutluyor. Bir çocuğun annesine verdiği ilk hediye olan papatyadan ilham alınarak hazırlanan modern tasarımlar, yüksek kaliteli taşlarla zamansız mücevherler haline geliyor.

İlhamını İstanbul ve Anadolu'nun kültürel mirasından alan, kuruluşundan bu yana dünyanın en çok takip edilen kadınlarının da tasarımlarını tercih ettiği mücevher ve tasarım markası Gilan, değerli taş tecrübesini ve yüksek işçilik birikimini kültür hafızamızla harmanladığı ikonik koleksiyonunu keşfetmeye davet ediyor.

En değerli varlığımız annelerimiz için kuşkusuz en unutulmaz hediye, bahçelerde yürümeye başladığımız ilk andan itibaren büyük bir heyecanla onun için kırlardan topladığımız papatyalardır. İlk kez 2001 yılında mücevher tutkunlarıyla buluşan bu özel seçki, 20. yılında yeniden tasarlanarak Anneler Günü için eşsiz bir hediye önerisi sunuyor. Kolye, küpe ve zincir bileklikten oluşan bu özel koleksiyon; saflık ve masumiyetin sembolü papatya motifi, beyaz altın üzerine işlenen, pırlanta ve sarı safir, değerli taşlarla anne ve çocuk arasındaki saf sevginin sembolü haline geliyor.

Gilan'ın kültürel mirasımızı gelecek nesillere aktarma misyonunu usta mücevherci kimliğiyle yansıtan Papatya Koleksiyonu, Gilan butiklerinde ve www.gilan.com'da bu büyülü dünyayı keşfetmek isteyenleri bekliyor.



MODANIN EN 'COOL' HALİ

L'OFFICIEL

EKSTRA İÇERİĞİYLE

Dergilik VE MAGZTER DIGITAL MAGAZINE STORE 'DE

OMMEDYA

BEWELL



140
KÜLT ÜRÜNLER
Güzellikte son 10 yılın dikkat çeken ürünleri

148
SON KULVAR
Yeni selülit uygulamaları

150
DOĞAL GÜZELLİK
Mathilde Thomas röportajı

FOTOĞRAF Emre GÜVE



Son 10 Yılın Çığır Açan Ürünleri

Kozmetik ve güzellik dünyasına damgasını vuran son 10 yılın en çok sevilen ürünleri bir arada!

Güzellik dünyasında her geçen gün birbirinden iddialı yeni bir ürünün lansmanına tanıklık ediyoruz. Ancak öyle ürünler var ki üzerinden yıllar geçse de kadınların vazgeçilmezi olmaya devam ediyor. Alanında öncü olan ve bir klasik haline gelmiş cilt ve makyaj ürünlerini sizin için derledik.

Fotoğraf Getty Images Türkiye



Güzellik iksiri

16. yüzyılda Macaristan Kraliçesi'nin gençlik iksirinden esinlenilerek geliştirilen formüle sahip güzellik iksirinin içeriği yüzde 100 doğal. Cilde ışıltı verirken, ince çizgilerin görünümünü azaltıp gözenekleri sıkılaştıran ürün, makyaj bazı etkisiyle makyajın ciltte daha uzun süre kalmasını sağlıyor.

Caudalie, Beauty Elixir, 295 TL



Bronzlaştırıcı pudra

Nemlendirici aktif bileşenleriyle cildi kurutmayan efsanevi pudra, kolay ve hızlı bir şekilde doğal bir bronzluk sağlıyor. Güneşin farklı tonlarını barındıran ürün, istenilen kontür bölgesine uygulanarak cilde ışıltı katıyor.

Guerlain, Terracotta pudra, 570 TL



Makyaj temizleme mendili

İçeriğindeki hafif ve tazeleyici temizleme losyonu ile Neutrogena Deep Clean yağsız makyaj temizleme mendili, her türlü göz ve yüz makyajını yağlı kalıntı bırakmadan temizliyor. Ürün, özellikle geceleri cildi kir ve makyajdan pratik bir şekilde arındırarak tazelik hissi veriyor.

Neutrogena, Deep Clean makyaj temizleme mendili, 42,95 TL



Kapatıcı sprey

İki boya arası kadınların adeta imdadına yetişen L'Oréal Magic Retouch sprey, yoğun renk pigmentleri ve hızlı kuruyan yapısı ile dip beyazlarını doğal rengine uygun şekilde kapatıyor. İlk şampuanlamaya kadar kalıcı etki sağlayan ürün, 25 kez kullanılabiliyor.

L'Oréal, Magic Retouch kapatıcı sprey, 57,45 TL



Canlandırıcı allık

Cilt tonunu anında canlandırarak taze bir görünüm kazandıran kült haline gelmiş Nars Orgasm allık, dore ışıltılara sahip pembe tonuyla yüze tazelik, renk ve aydınlık veriyor.

Nars, Orgasm allık, 320 TL



Antioksidan serum

Normal ve kuru ciltlerin kullanımına uygun Skin Ceuticals C E Ferulic antioksidan serum, çevresel faktörlere karşı koruma sağlıyor. Yaşlanma belirtilerini azaltıp elastikiyet kaybına karşı bakım yapıyor. İçeriğinde saf C ve E vitaminleri ile ferulik asit bulunan ürün, markanın en çok satanlarında ilk sırada yer alıyor.

Skin Ceuticals, C E Ferulic, 1.250 TL



Misel su

Cilt temizliğinde devrim yaratan ve dünyada misel su kavramını kadınlarla ilk kez tanıştıran Bioderma Sensibio H2O, cildin kendi yapısından ilham alınarak geliştirildi. Alkol, sabun ve alerjen içermeyen ürün, yapısındaki salatalık ekstresi ile cildi yatıştırıyor.

Bioderma, Sensibio H2O 500 ml, 89,50 TL



Çok amaçlı kuru yağ

Yedi bitkisel yağdan oluşan formülüyle çok amaçlı deneyim sunan Nuxe Huile Prodigieuse kuru yağ, cilt, saç ve vücut için tek bir ürünle hızlı sonuçlar sunuyor. Argan, makademya, fındık, tsubaki ve tatlı badem yağlarının bileşiminden oluşan ürün, cildi onarırken, vücudu ve saçları da güzelleştiriyor.

Nuxe, Huile Prodigieuse, 190 TL



Cildi güçlendiren konsantre

Shiseido Ultimune Power Infusing konsantre, formülünde bulunan içeriklerle cildin savunma gücünü artırıyor. ImuGeneration teknolojisi sayesinde bir haftada cilt tonunu eşitleyen ürün, cilde doğal parlaklığını geri kazandırıyor.

Shiseido, Ultimune Power Infusing Concentrate serum, 1.100 TL



Kuru şampuan

Kuru şampuan kavramını hayatımıza sokan Batiste, yoğun tempoda yaşayanların vazgeçilmezi haline geldi. Sadece bir dakikada saçları daha temiz ve hacimli hale getiren ürünün formülünde saç diplerini tıkamaması için doğal nişasta kullanılıyor.

Batiste, Original kuru şampuan, 44,90 TL



Yorgunluk giderici maske

Kırışıklık ve yaşlanma karşıtı Valmont Prime Renewing Pack maske, yorgunluk izlerini de gideriyor. İyi alınmış bir gece uykusunun cilde verdiği dinlenmiş görünümü ve huzuru yansıtan maske, ince dokusuyla da ciltte ağırlık yaratmıyor.

Valmont, Prime Renewing Pack maske, 1.900 TL



Akıllı şekillendirici

Coanda etkisi adı verilen aerodinamik bir olguyu kullanan Airwrap, havayı ısıyla birleştirerek saçın sağlığını koruyup doğal parlaklığını ortaya çıkarıyor. Dyson Airwrap, akıllı ısı kontrolü teknolojisiyle kadınlara saçlarını aşırı ısı hasarından koruyarak şekillendirme imkanı sağlıyor.

Dyson, Airwrap saç şekillendirici, 4.499 TL



Gece serumu

Gözenek görünümünü küçülterek daha sıkı ve aydınlık bir cilt oluşumunu hızlandıran Estée Lauder Advanced Night Repair Synchronized Multi Recovery Complex serum, cildin doğal sürecindeki hücrelerin yenilenme ve kolajen üretimi hızının artmasını sağlıyor.

Estée Lauder, Advanced Night Repair serum 75 ml, 1.079 TL



Kaş kalemi

Uygulandıktan itibaren 12 saat boyunca kalıcılığını koruyan Benefit Precisely My Brow kaş kalemi, yoğun rengiyle şekilsiz ve belirgin olmayan kaşları dolgun hale getiriyor.

Benefit, Precisely My Brow kaş kalemi, 319 TL



Göz kremi

Gümüş başlıklı spatulası ile göz çevresini rahatlatan ve mikro dolaşımı düzenleyen La Mer Eye Concentrate göz kremi, hematit yönünden zengin içeriğiyle koyu halkaları ve şişlik görünümünü de azaltıyor.

La Mer, Eye Concentrate göz kremi, 1.520 TL



Kağıt maske

Geliştirdiği birbirinden farklı cilt ihtiyacına yönelik kağıt maskeleriyle kullanım rahatlığı sunan Sephora, kadınların bakım için ayırdıkları zamandan tasarruf etmelerine olanak sağlıyor.

Sephora, Deniz yosunlu kağıt maske, 39,90 TL



Masaj taşı

Son yıllarda kullanımı her geçen gün artan Gua Sha pembe kuvarz masaj taşları cilt detoksunu destekliyor. Ciltte tıkanan enerjiyi, engellenen kan ve lenf dolaşımını serbest bırakmaya yardımcı yüz aleti, cilt bakımından çıkmışçasına canlı ve aydınlık bir cilt yaratıyor.

Pelcare, Gua Sha Heart yüz masaj aleti, 214 TL



Saç bakım yağı

10'uncu yaşını kutlayan Kérastase Ultime Elixir saç bakım yağı, marula ve kamelya yağları ile zenginleştirilerek saç bakımında çıtayı yükseltmeye devam ediyor. Saçları derinlemesine besleyip koruyan ürün, saçlara uzun süre ışıltı da sağlıyor.

Kérastase, Ultime Elixir saç bakım yağı 100 ml, 340 TL



Vücut nemlendiricisi

Dermatologlar tarafından kuru ve çok kuru ciltlere gün boyu nemlendirme sağlayan CeraVe losyon, cilt bariyerinin onarılmasına yardımcı oluyor. Vücut nemlendiricileri arasında birçok kez güzellik ödülüne layık görülen ürün, aktif bileşenleriyle cilde yoğun nem veriyor.

CeraVe, Nemlendirici losyon, 129,90 TL



Koyu renk oje

Tüm zamanların en ikonik bordo tonlarından biri olan Chanel Rouge Noir No:18, 90'ların ortalarında Paris Moda Haftası'nda görücüye çıkmıştı. Tırnaklara yansıttığı hem dişi hem de elegan duruşu ile hala en çok tercih edilen renk olmaya devam ediyor.

Chanel, Le Vernis Rouge Noir No:18, 245 TL



Maskara

İkonik fırçasıyla kirpikleri kıvırırken hacim veren Diorshow Iconic Overcurl maskara, 24 saat kalıcılığa sahip. Kirpik bakımı ile zenginleştirilmiş formülü ve pamuk nektarındaki besleyici içerikleriyle kirpikleri dayanıklı bir biçimde şekillendiriyor.

Dior, Diorshow Iconic Overcurl maskara, 335 TL



Ruj

Kırmızı ve mat bitişli ruj denince akla ilk gelenlerden biri olan MAC Russian Red, kremsi formülüyle uygulama kolaylığı sunuyor.

MAC, Russian Red mat ruj, 108 TL



Dudak parlatıcı

Yapışmayan formülüyle dudaklara parlaklık veren Bobbi Brown Crushed Oil-Infused Gloss dudak parlatıcı, içeriğindeki botanik yağ bileşenleri sayesinde dudaklara kolayca uygulanıyor.

Bobbi Brown, Crushed Oil-Infused Gloss Freestyle, 200 TL



Açık renk oje

Beyaz oje denilince tırnaklarda bir klasik olan Flormar No:319 oje, hiçbir renge benzemeyen tonuyla bir efsane niteliğinde. Fransız stili manikür ve temiz tırnak trendlerinin vazgeçilmez olan renk, günümüzde hala markanın en çok satan ürünleri arasında yerini koruyor.

Flormar, Oje No:319, 6,99 TL



Hoş geldin bahar

En çok özlenen mevsimi kendi zarafetine yakışır şekilde pastel ve nude tonlar eşliğinde kutlayın.

1. **Huda Beauty,** Legit Lashes maskara, 259 TL 2. **Dior,** 3 Couleurs Tri(O)blique Triple Bloom far paleti, 439 TL 3. **MAC,** Powder Kiss Ripened göz farı, 189 TL 4. **Dior,** Forever Natural Nude fondöten, 539 TL 5. **Chanel,** Coco Bloom Chance ruj, 365 TL 6. **Dior,** Iconic Overcurl maskara, 335 TL 7. Rouge **Hermès,** Satin Rose Pommette ruj, 720 TL 8. **Dolce & Gabbana** The Only One Lipstick Lively Plum ruj, 340 TL 9. **Nars,** Knockout Air Matte dudak parlatıcı, 295 TL 10. **YSL,** Tatouage Couture Velvet Crem No: 213 likit ruj, 320 TL 11. **Fenty Beauty,** Cheeks Outs Freestyle krem bronzlaştırıcı, 299 TL

Ebedi gençlik

İsmini uzun ömürlülük anlamına gelen “longevity” kelimesinden alan Lonjevite, çok işlevli serumlarıyla cildin yaşlanma sürecini yavaşlatmaya ve iyileştirmeye odaklanıyor.

Bir eczacı ve bir tasarımcının bir araya gelmesi ile kurulan marka, üç farklı cilt bakım serumu ile cilt tipi, cinsiyet ya da yaş gözetmeden herkese hitap etmeyi amaçlıyor. Konsantre ve çok işlevli formüller antioksidanlar, vitaminler, mineraller ve EFA’lar bakımından zengin %100 doğal, vegan ve organik sertifikalı botanik yağlarla hazırlanıyor. 11+ farklı aktif içeren serumların her biri daha sıkı, daha genç ve daha pürüzsüz bir cilt görünümü için formüle edilmiş. Ölmez çiçek, sandal ağacı ve neroli gibi saf uçucu yağlar ile kokuları özenle harmanlanan serumlar aynı zamanda duyusal bir zenginliğe sahip. Yüksek kaliteli içeriklerin dayanıklılığını ve ilk günkü etkisini daha uzun süre koruyabilmesi için ambalajlarında içeriklerin doğal biyo-enerjisini koruyan, %100 geri dönüştürülebilir biyofotonik cam kullanılıyor. Formüllerinde doğanın gücünden ilham alan Lonjevite, konsantre aktif botanikler ile doğal cilt bakımının da birinci sınıf kalitede olabileceğini gösteriyor.







Harekete Geçin

Güneşli günler geldiyse, kıyafetler inceldiyse ve yaza bir ay kaldıysa harekete geçmenin tam zamanı demektir! Pürüzsüz ve sıkı bir görünüme kavuşmanıza yardımcı vücut bakım ürünlerini araştırdık.



1. **Caudalie,** Concentré Minceur inceltici ve şekillendirici yağ, 225 TL
2. **Lierac,** Body Slim Cryoactive selülit karşıtı yağ yakıcı krem, 389 TL
3. **Shiseido,** Advanced Body Creator şekillendirici jel, 540 TL
4. **Nuxe,** Body Sérum Minceur selülit giderici serum, 282 TL
5. **Sensai,** Cellular Perfomance Body Firming Emulsion vücut sıkılaştırıcı losyon, 1.120 TL

İnceltici Yağ

Cildi sıkılaştırıp pürüzsüzleştiren Caudalie Concentré Minceur, kuru yağ formülüyle ürünün vücut kıvrımlarına derinlemesine nüfuz etmesine yardımcı olurken, cildi sıkılaştırıcı ve arındırıcı etkisiyle portakal kabuğu görünümünün azalmasına yardımcı oluyor. Doğal limon, limon otu, biberiye ve ardıç meyvesi kokularıyla vücudu enerji veren ve canlandıran notalarla sarmalıyor.

Yağ Yakıcı Krem

Lierac, kadınların yüzde 90'ının ortak problemi olan selülite ve inatçı çukurlaşmış görünümlere çözüm sunuyor. Yeni geliştirilmiş içeriği ile Body Slim Cryoactive, yağ hücrelerini dondurarak yok eden soğuk lipoliz yönteminden ilham alıyor. Uygulandığında soğukluk etkisi yaratan ürün, selülitli bölgedeki yağ depolayıcıları yağ yakıcılara dönüştürerek sıkılaşma etkisi sağlıyor.

Şekillendirici Jel

Vücut hatlarını düzelten Shiseido Advanced Body Creator Aromatic Sculpting Gel, pürüzsüz ve sıkı bir cilt yüzeyi için selülitin neden olduğu portakal kabuğu görünümünü azaltıyor. Biriken yağların dağılmasına yardımcı Sculpting Plant kompleksi içeren ürün, jel dokusuyla cildi ferahlatıyor.

Üç Etkili Serum

Bitkisel kafein, bitki özleri ve çeşitli polifenoller içeren Nuxe Body yoğun inceltici serum, yağ depolarını boşaltma, yağları atma ve tekrar şekillendirme ile üç etkiyi bir arada sunuyor. İlk uygulamadan itibaren ciltte fark edilir bir pürüzsüzlük sağlayan ürün yüzde 93,4 doğal içeriklerden oluşuyor.

Sıkılaştırıcı Losyon

Anti-aging etkili Sensai vücut sıkılaştırıcı losyon, kadife dokusuyla anında emilerek cilde yumuşak bir dokunuş katıyor. Yaşla birlikte sarkmaya ve gevşemeye meyilli kollar, bacaklar, kalça ve bel bölgelerinde kullanılabiliyor. Rahatlatıcı ve oryantal bir kokuya sahip ürünün sabah-akşam uygulanması öneriliyor.



Güneşle dost

Çevre dostu formülü ile geliştirilen Shiseido güneş koruma ailesi şehir hayatı için de koruma seçenekleri sunuyor.

Çevre dostu formülü ile geliştirilmiş su, ter ve güneş ısısı ile temas ettiğinde koruyucu etkisi artan Shiseido'nun üstün güneş koruma serisine iki yeni ürün daha eklendi. UVA-UVB ışınlarına karşı Shiseido'nun uzman teknolojisiyle geliştirilen güneş koruma serisi, güneşin zararlı etkilerine karşı cildi koruyor. İçerisindeki Wet Force teknolojisi sayesinde cilt, su ve ter ile temas ettiğinde UV ışınlarına karşı koruması artıyor ve yepyeni Heat Force teknolojisi ile de cilt yüksek ısıya maruz kaldığında ürünün koruyucu özelliği artıyor. Shiseido güneş makyaj serisinde de terlemeye karşı dayanıklı cilt ürünleri bulunuyor.



Şehir ve tatilde

Yeni Clear Suncare Stick, cildi UVA/UVB ışınlarına karşı koruyan bir örtü oluşturuyor. Ayrıca makyaj öncesi baz olarak veya makyaj üstüne uygulama yapılabiliyor. Botanik bileşen kompleksi Profense CL içeren ürün, UV hasarını önlemeye de destek veriyor.

Güçlü koruma

Shiseido Expert Sun Protector Cream, SPF 50 ve SPF 30 seçenekleri ve SynchroShield teknolojisi ile güçlü bir koruma sağlıyor. Güneş ışınları kaynaklı ince çizgiler ve cilt tonu eşitsizliğini önlemeye yardımcı oluyor. İçeriğindeki Heat Force ve Wet Force teknoloji sayesinde ısı, su ve ter ile temas ettiğinde koruyuculuğu artıyor.

İki kompleks bir arada

Expert Sun Protector Face & Body Lotion, iki modern yaşlanma karşıtı kompleks barındırıyor. Nature Surge kompleksi, havada bulunan kirletici maddelerin cilde yapışmasını önleyerek oksidasyondan korurken, Botanical Profense CL kompleksi, erken yaşlanmaya karşı savaşmak için en iyi botanik bileşenleri bir araya getiriyor. Ayrıca artık 300 ml'lik yeni boyu da bulunuyor.

Kusursuz doku

Shiseido Expert Sun Protector Lotion, SPF 50 ve SPF 30 olmak üzere iki seçenek sunuyor. ProfenseCel™ formülü ince çizgiler, kırışıklıklar ve cilt tonu eşitsizliğini önlemeye yardımcı oluyor. Antioksidan özelliği olan NatureSurge kompleksi ise cildi hava kirliliğine karşı koruyor.

Sports BB Güneş Makyajı

Yazın makyaj yapmak isteyen, ama terlemeden ve ağırlık hissinden dolayı cilt ürünleri kullanamayanlar için geliştirildi. Ultimate Sun Protection formülü ve WetForce Teknolojisi ile güçlendirilmiş hem likit hem de kompakt yapıda olan BB kremler, Quick Dry teknolojisi ile terlediğinizde bile cildinizin muhteşem görünmesini sağlar.



Son Kulvar

Yaza bir ay kala vücudunuzu sıkılaştırmak ve selülitlerinizle vedalaşmak hayal değil. Çözüm odaklı ve hızlı sonuç veren uygulamalarla kısa sürede yaza hazırlanın.

Hem pandeminin yarattığı olağanüstü koşullar hem de stres seviyemizin daha çok artması normalde yaptığımız yaz hazırlıklarını askıya aldı. Kimimiz bir türlü diyete başlayamadık, kimimiz de sporu aksattık. Neyse ki bu noktada teknoloji imdadımıza yetişiyor ve yaza hazır bir şekilde girmemize olanak sunuyor. Kısa sürede, hızlı ve gözle görülür sonuçlar vadeden yeni uygulamalar, mayo sezonuna rahat bir geçiş yapmayı kolaylaştırıyor. Çoğu sadece tek seansla çözüm sunan en yeni vücut uygulamalarını sizin için derledik.

Tek seansla veda

Selülit görünümünü azaltmak için kullanılan Spherofill tedavisi, cildin altındaki bağ bantlarını radyofrekansla tedavi ediyor. Ciltte oluşan yüzeysel düzensizlikler, çukurlar ve çökmeleri düzelten işlem tek seans uygulanıyor. Estetik ve plastik cerrahi uzmanı Op. Dr. Gökhan Haytoğlu, "Bu tedavi kadınların kalçalarında ve uyluk bölgelerinde selülit görünümünde uzun vadeli iyileştirme için tasarlandı" diyor ve ekliyor: "Klinik çalışmalarda hastalar tedaviden kısa bir süre sonra selülitlerinin kaybolduğunu ve en az üç yıl süreyle tekrarlanmadığını bildiriyorlar."

Hızlı çözüm

Ameliyatsız bir uygulama olan Onda Coolwaves, yağ hücrelerini hedef alarak ortadan kalkmasına ve küçülmesine destek oluyor. 15 dakika süren uygulama sırasında başlık deriye temas ederken masaj hissi veriyor. Sculpture Estetik Kliniği'nde yapılan işlemde mikro dalgaların termal ısısı sayesinde kolajen ve elastin üretimi tetiklenerek cildin toparlanması ve sıkılaşması da sağlanıyor. İşlem sırasında kırılan yağlar üriner sisteme karışarak uygulama sonrası süreç içinde doğal yollarla vücuttan atılıyor.

Soğuk etkisi

Imperial Turkey'de uygulanan Ice Warm 21, aynı anda sıcak ve soğuk tedavisi kullanılan farklı bir teknolojiye sahip. -40 derecede uygulanan işlemle dondurulan yağlar ve toksinler vücuttan idrar yoluyla atılıyor. Uzman Özlem Posbaşoğlu bu nedenle su içmenin önemini vurguluyor ve ekliyor: "Selülit dokusu düzelmesi ilk seans itibarıyla adım adım kendini göstermeye başlıyor. Cilt daha pürüzsüz, sıkı ve elastik oluyor, çünkü selülit dokusu yok olmaya ve portakal kabuğu görüntüsü düzleşmeye başlıyor. Seansı 40 dakika süren tedavi, kişinin yapısına, yaşına ve ihtiyacına göre 15 günlük aralıklarla ortalama beş seans yapılıyor. Bu sayede, problemli bölgede yeniden yağlanma yaşanmaması, fazlalıkların kalıcı olarak yok edilmesi sağlanıyor ve ideal bir form elde ediliyor."

İkili işlem

Genelde ayrı ayrı uygulanan lipoliz ve radyofrekans sistemlerini birlikte kullanan Infinity Regenerative Clinic hızlı bir çözüm sunuyor. Lipoliz uygulanan karın, bel, sırt, sütyen altı katları, kollar, dizler, kalça ve basen bölgelerindeki parçalanan yağ hücreleri lenfatik sistemle vücuttan atılırken, radyofrekans uygulamasıyla da selülit ve yağlanma problemlerine karşı ısı kontrollü bir incelme sağlanıyor. Kişiye özel şekillendirilen programla en hızlı ve kalıcı sonuç hedefleniyor.

Vakum teknolojisi

Cerrahi olmayan medikal estetik uygulamalardan biri olan Venüs Legacy, vakumlu teknolojisi ile karın, iç bacak, kol ve sırt bölgelerinde uygulanarak cildi sıkılaştırıyor, toparlıyor ve selülit görünümlerinin iyileşmesini sağlıyor. Uygulamanın bir diğer etkisi de kolajen dokunun tetiklenmesi. Uyarılan dokular kolajen üretiminin artmasını sağlayarak sarkan dokuların toparlanmasına yardımcı oluyor.

Fotoğraf Getty Images Türkiye

ADVERTORIAL

CAUDALIE

Vinoperfect

Leke karşıtı serum
yeniden keşfedildi.
Daha etkili, daha doğal.

Kültleşmiş leke karşıtı serum

%98 oranında doğal içerikle birlikte Vinoperfect Leke Karşıtı ve Işıltı Verici Serum tüm leke tiplerini düzeltir ve lekelerin oluşmasını önler, sebebi ne olursa olsun:



- ✓ Güneş
- ✓ Akne
- ✓ Hormonel düzensizlik
- ✓ Koyu lekeler

Işığa karşı hassasiyet yaratmaz. Hamile ve emziren kadınlar için uygundur.



1 şişe kullanımdan sonra leke karşıtı etki(4)

Koyu leke görünümünde azalma

-63%(5)

Leke karşıtı yaz ikilisi

Işıltılı, uzun süre kalıcı ve lekesiz bir bronzluk için Vinoperfect serumun ardından uygulanacak 25 ml Kırışıklık Karşıtı Güneş Koruyucu Krem SPF 50 hediye ediyoruz![1]



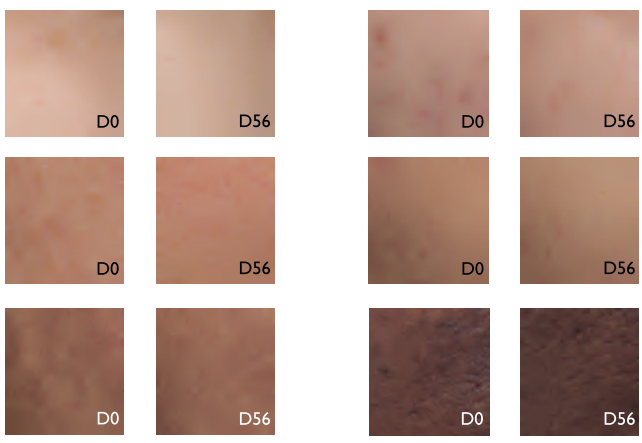
DOĞAL %98 TÜREVLİ İÇERİKLER

vegan

0% PARABEN • FENOKSİETANOL FİTALAT • MİNERAL YAĞ SODYUM LARÜL SÜLFAT HAYVANSAL İÇERİK

1% FOR THE PLANET MEMBER

Tüm cilt tipleri üzerinde etkili(5)



Rötuşsuz fotoğraflar.

YETKİLİ ECZANELERDE VE CAUDALIE.COM ADRESİNDE

(1) tr.caudalie.com ve seçili eczanelerde geçerli, stoklarla sınırlı bir kampanyadır. Başka kampanyalarla birleştirilemez. (2) Kasım 2020. (3) IQVIA - PharmaOne – Fransa'daki satış noktalarında leke karşıtı ürünler kategorisinde (82B4 sınıfı)- CMA Haziran 2020 – ciro bakımından. (4) Klinik çalışma, kişisel değerlendirme, 56 gün, 65 kadın. (5) Klinik çalışma, dermatolojik değerlendirme, 56 gün, 65 kadının %91'i.

Doğal güzellik kaynağı

Çevreye duyarlı ve doğal içerikli ürünleriyle cilt bakımında etkin sonuçlar yaratmayı amaçlayan Caudalie hakkında markanın kurucusu Mathilde Thomas ile keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.



Caudalie, Harvard Tıp Fakültesi'nden David Sinclair ile şu sıralar son teknoloji yaşlanma karşıtı molekül patenti üzerine çalışıyor.

Cilt bakım dünyasına adım attığı ilk günden beri doğal içerikleri ve felsefesi ile farklı bir yer edinen Caudalie, ürünlerini sürdürülebilir kılmak adına formüllerini ve ambalajlarını çevreye en az zarar yaratacak şekilde güncellemeye devam ediyor. Markanın yaratıcısı Mathilde Thomas'la ürünler ve gelecek planları hakkında konuştuk.

Caudalie markasının doğuş hikayesini anlatır mısınız? İlk lanse ettiğiniz ürün hangisiydi?
1993'te Château Smith Haut Lafitte'teki hasat sırasında Bordeaux Eczacılık Üniversitesi Laboratuvar Direktörü Profesör Joseph Vercauteren ile tanıştık. Üzüm çekirdeğinin dünyanın en güçlü antioksidanlarını içerdiğini söyledi. Bu karşılaşmadan iki yıl sonra, üzüm çekirdeği polifenolleri içeren ilk üç ürünümüzü (iki yüz kremi ve gıda takviyelerini) piyasaya sürdük. 23 yaşında, çantalarımızı topladık ve Fransa'daki eczacılara ürünlerimizi göstermek için yola çıktık. Ürünlerimizin etkinliği fark edildi, böylece bize ilk başarı şansı verildi. Ve orada, Caudalie gerçekten başladı...

Markayı yaratırken size neler ilham verdi?
Etkili ürünler, sürdürülebilir bir marka, doğal ve temiz formüller arasında bir seçim yapmak istemediğim için Caudalie markasını yarattım.

Caudalie ilk günden itibaren doğallıktan yana oldu. Günümüzde hem doğal hem de sürdürülebilirlik adına birçok marka bu alanda adım atıyor. Sektörde öncü bir hareket başlattığınızı düşünüyor musunuz?
Caudalie, 2006 yılından bu yana temizliğin öncüsü oldu. Paraben, fenoksietanol, ftalatları ürünlerden çıkarmaya karar verdik, çünkü bunlar potansiyel endokrin bozucular. Cildi tahriş ettiği için sodyum lauret sülfatı (SLS) kullanmıyoruz. Daha temiz formüller için petrokimyasallardan veya hayvansal bileşenlerden türeyen mineral yağlara da yer vermiyoruz. Ve şimdi 60'tan fazla içeriği ürünlerimizden arındırdığımızı gösteren bir Caudalie "No List"imiz var.

Caudalie'nin Bordeaux'daki spasını deneyimleme şansım olmuştu. Spa merkezinin markanın dünyaya açılmasında etkileri neler oldu?
Etkisi oldukça büyüktü, anında Caudalie'ye dünya çapında bir ün sağladı. Tüm ülkelerden editörler spa'mızı ziyarete geldi ve işte o zaman uluslararası bir marka olduk.

Caudalie'nin doğal içerikleri dışında sizce diğer cilt bakım markalarından ayrılan özelliği nedir?
Caudalie'deki en büyük önceliğimiz etkili bir marka olmak. Bordeaux Eczacılık Üniversitesi Laboratuvar Direktörü Profesör Vercauteren ile tanıştığımız için doğduk. Onunla ve ekibiyle patentlerimizi çoğaltıyoruz. Ayrıca 2013'ten beri Harvard Tıp Fakültesi ve ünlü Dr. David Sinclair ile çalışıyoruz ve patentleri birlikte ortaya çıkarıyoruz. Diğer yandan Caudalie, Vinoperfect serum ile Avrupa'daki bir numaralı leke karşıtı markası ve eczanelerdeki bir numaralı yaşlanma karşıtı markası. Eşsiz tescilli patentlere sahip olmak ürünlerimizi benzersiz kılıyor.

Markayı eşinizle birlikte yönetiyorsunuz. Karı-koca olarak çalışmak nasıl bir duygu?
Birimiz "sağ beyin", diğerimiz ise "sol beyin". Bertrand organizasyon, strateji ve ürünleri satmakla ilgileniyor, ben de Harvard Tıp Fakültesi ile birlikte ürün ortaya çıkarmakla ilgileniyorum.

Çok sevilen Vinoperfect seriniz yenilendi, içeriğine neler eklendi?
Yeni Caudalie devrimi ile ikonik Vinoperfect Leke Karşıtı ve Işıltı Verici Serum'u daha temiz, etkili ve doğal hale getirmeye karar verdik. Vinoperfect her zaman etkili olmuştur, ancak formüllerimizde daha temiz ve doğal olmak istedik. İster inanın ister inanmayın, bu bizi daha etkili olmaya itti. Çünkü Vinoperfect serumun duyusallığını değiştirmeden yeniden formüle ederken, patentli yenilikçi bileşenimiz olan Viniferine'in penetrasyonunu artıran bir biyomimetik emülgatör kullandık. Aslında değişikliğin özü şu: Vinoperfect serumdan sadece bir şişe kullandıktan sonra ciltteki koyu lekelerin yoğunluğunun yüzde 63 oranında azalıyor olması.

Vinoperfect Vinoperfect Leke Karşıtı ve Işıltı Verici Serum'un dünya çapındaki bu başarısının sebebi nedir?
Gerçekten etkili ve cilt için bir çeşit sorun çözücü bir serum. Sadece bir



hafta sonra cildinizde büyük bir fark görüyorsunuz. Koyu lekelerin yoğunluğunu ciddi anlamda azaltıyor.

En çok satan ürününüz hangisi?

Vinoperfect serum bizim bir numaralı ürünümüz. Vinoperfect serisinin kahramanı, çünkü saf Viniferine'in en yüksek konsantrasyonunu içeriyor. Patentli Viniferine'imiz, ciltteki ışıltıyı artırmada ve ten rengini eşitlemede C vitaminine göre 62 kat daha etkili. Ayrıca koyu lekelerin ortaya çıkmasını önlüyor. Dünya çapında her 30 saniyede bir adet satılıyor!

Sürdürülebilirlik adına yaptığınız çalışmaları anlatır mısınız?

Caudalie'nin en büyük önceliği en etkili cilt bakım markası olmak. Bu yüzden son sekiz yıldır Harvard Tıp Fakültesi'nden David Sinclair ile araştırma yapıyoruz ve Harvard ile birlikte son teknoloji yaşlanma karşıtı molekül patenti üzerinde çalışıyoruz. Formüllerimiz yüzde 95 ile 99 arasında doğal, bu nedenle doğal bir marka olmayı taahhüt ediyoruz. Ayrıca, 60 içerikten oluşan bir listemiz var, bu içerikler olmadan formüle etmeye söz veriyoruz. Çünkü listede bulunan içeriklerin hiçbiri temiz değil, cildi tahriş ediyorlar veya gezegen için de zararlılar. Ambalajlarımızda geri dönüştürülmüş, geri dönüştürülebilir veya yeniden doldurulabilir malzemeler kullanarak 2022'ye kadar sıfır atık olmayı taahhüt ediyoruz. Ayrıca 2012'den bu yana 1% For The Planet vakfıyla çalışıyoruz ve çevre koruma kuruluşlarına ağaç dikmek için satışlarımızın yüzde 1'ini bağışlıyoruz. Şimdiye kadar 8 milyon ağaç diktik. Bu vakfın dünya çapındaki en büyük destekçisiyiz ve potansiyel olarak karbon ayak izimizin dört katını telafi ediyoruz.

Röportaj Ceyda Gedikoğlu



Beslenmenizde Reform Yapın!

Vitalica Wellness, sağlığı geliştiren ve beslenmeyi yüksek düzeye taşımak için tasarladığı Superfood paketleri ile bahara hafif girmek isteyenleri süper besinlerle buluşturuyor.

"Yemeğiniz ilacınız, ilacınız yemeğiniz olsun!" felsefesiyle yola çıkan Vitalica Wellness Superfood Paketi, uzman doktorlar ve beslenme uzmanları tarafından modern beslenme araştırmaları ışığında tasarlandı. Paket; sağlığı korumak, geliştirmek ve yaşam kalitesini yükseltmek için vücudun gereksinim duyduğu besin öğelerini doğru miktarda ve doğru zamanda almanızı sağlayan, kolay sindirilebilen porsiyonlar içeriyor. Temel makro ve mikro besin ögelerinin yanı sıra antioksidanlar, vitaminler, mineraller ve eser elementlerle aktive edilmiş, sağlığı geliştiren organik süper besinlerle tanışmanızı sağlıyor.

Vitalica Wellness "Superfood" Paketi nedir?

Dünyanın öncü "sağlıklı yaşam" merkezlerinden biri olan Vitalica Wellness'ın mutfağında mevsimlik, yerel, taze ve organik süper besinler, tahıllar, kuruyemişler, tohumlar, sebzeler, meyveler ve deniz ürünleri kullanılıyor. Kullanılan her malzeme tazeliği, kalitesi, doğallığı ve besin değeri göz önüne alınarak özenle seçiliyor. Vitalica Wellness mutfağı, vücudun gün içinde önemli değişimler gösteren biyolojik ritmine göre tasarlanmış öğünler sunuyor. Bu sayede vücudun fizyolojik süreçleri destekleniyor, enerji gereksinimi karşılanıyor ve organizmanın besin ögelerinden optimum düzeyde faydalanması sağlanıyor. Sağlıklı beslenmek için sürekli diyet ve detoks yapmak ya da oruç tutmanın doğru olmadığının altını çizen merkez, kişinin kendini açlığa mahkum etmek zorunda kalmasının sağlığa zarar verebileceğini vurguluyor. Gıdaların tedarik sürecinden size ulaşmasına kadar yüksek standartlarda hizmet veren Vitalica Wellness, malzemeleri ozonlu su ile temizliyor, yüksek düzeyde filtrelenmiş suyla pişiriyor.

Paketin faydaları ne?

Superfood Paketi, sağlık hedeflerinize ulaşmanız için tasarlandı! Beslenme paketi, beslenme alışkanlıklarınızda dönüşüm yaratacak, yaşam tarzından kaynaklanan beslenme sorunlarının üstesinden gelmenize yardımcı olacak, fiziksel, zihinsel ve ruhsal sağlığınızı geliştirecek. Doğal ve dengeli beslenme sayesinde; bağırsak florasını iyileştirin, metabolizmanızı hızlandırın, fazla kilolarınızdan kurtulun, sindirim fonksiyonlarını iyileştirin, insülin ve diğer hormonları dengeleyin, enerjinizi artırın, canlanın, uyku problemleri ile yorgunluğu azaltın, cildinizi ve vücudunuzu güzelleştirin.

Pakette neler var?

Program, uzman hekim veya beslenme uzmanı görüşmesi ve değerlendirmesiyle başlıyor. Herkesin "eşsiz" olduğu bilinciyle size uygun içeriğe ve kaloriye sahip olan paket içeriği belirleniyor. Kişiye özel olarak sunulan paketin yüzde 100 bitkisel bazlı ve yüzde 80 bitkisel bazlı olmak üzere iki seçeneği var. Lezzetli, sağlıklı ve kontrollü porsiyonlardan oluşan paket içeriği sürekli güncelleniyor. Vitalica Wellness "Superfood" Paketi içeriğinde; 3 ana yemek, 4 öğün çay, 1 wellness içeceği ve 1 sağlıklı atıştırmalık/bar yer alıyor.



HiPP Mama SANFT

YENİ HiPP Mamasanft Hamile Bakım Serisi

Mamasanft ürünleri;

- Hayvansal ham madde içermez.
- Alerjiye sebep olabilecek parfüm içermez.
- Renklendirici içermez.
- PEG, Paraben içermez.
- Slikon içermez.



HiPP MAMASANFT HAMİLELER İÇİN ÇATLAK ÖNLEYİCİ KREM 200 ml



HiPP MAMASANFT MASAJ ve BAKIM YAĞI 100 ml

/hipp_turkiye /HiPP Türkiye www.hipp.com.tr

ALLDECOR ŞİMDİ TURKCELL VE TÜRK TELEKOM DERGİLİK'TE



MODA



156

ZUHAL OLCAY

Karşınızda zamansız duruşuyla
Zuhal Olcay

170

YEŞİLE DOĞRU

Doğanın bir parçası olduğumuzu
yeniden hatırlıyoruz

Zuhal Olcay

Zaman mevhumumuzu giderek yitirdiğimiz bir düzen ve zamanı dahi tüketip yok etmeye alıştırıldığımız bir sistemde, 100. sayımız olan Mayıs sayımızı zamansızlığa adıyoruz. Zamanla tükenmeyen, zamandan bağımsız var olabilen, zamanın ötesinde her fikre ve her kişiye... Bu tarife en uygun isim ile karşı karşıyayız.

FOTOĞRAF BARBAROS CANGÜRGEL
MODA DİREKTÖRÜ VE RÖPORTAJ İNAN KIRDEMİR



Elbise, Pelerin, Ayakkabı, Küpe,
PRADA



Blazer yelek, **BRUNELLO CUCINELLI, BEYMEN**



Bluz, Pantolon, **MAX MARA**
Küpe, Kolye, Yüzük, **POMELLATO**











Bluz, Plastron, Etek, Kemer, Çanta (Lady Dior), **DIOR**
Küpe, Kolye, Yüzük, **POMELLATO**





Elbise, **VALENTINO**
Küpe, Yüzük, **POMELLATO**



Bluz, Pantolon, **MAX MARA**
Ayakkabı, **CHRISTIAN LOUBOUTIN**
Kolye, Küpe, Yüzük, **POMELLATO**

Sabah 05:25 uçağıyla İstanbul'a uçacağım. Görev büyük. Zuhal Olcay ile kapak çekeceğiz. Uçağa binerken heyecanımı yatıştırmanın yollarını arıyorum. Spotify'daki "This Is Zuhal Olcay" playlist'ini dinlemekte buluyorum çareyi. İyi geliyor… Yalnızlığım'dan Tango'ya, İyisin'den Yine Aşk Var'a her şarkısı başınız sıkıştığında telefonunuzu daha ilk çalışında açan en özel dost gibi… Dile getirmeme gerek yok, hepimizin malumu, sesi bir yönetmen gücünde. O şarkı söylemeye başladığında zihninizdeki, anılarınızdaki hatta hayallerinizdeki görüntüler onun ritmiyle, hissiyle yönleniyor. Bir bakıyorsunuz sessiz sedasız kalbinizin üstüne oturuvermiş çocukluk, bir bakıyorsunuz hatıralarınızın arasından birdenbire çıkıverip gelmiş ilk aşk… Ankara'da hiç aşık olmamışlara bile sanki olmuş gibi hissettiriyor.

Televizyon ekranı, beyazperde ve tiyatro sahnesindeki eşsiz oyunculuğu da keza öyle. Gizli Yüz, Hiçbir Yerde, Dünden Sonra Yarından Önce ilk aklıma gelenler…

Dizi setinde yoğun saatler geçirmesine rağmen yüzündeki tebessüm ve tüm enerjisiyle teşrif ediyor stüdyoya. Ayaküstü merhabalaştıktan sonra kulise geçiyor. Hayatımda gördüğüm en mütevazı kulis listesine sahip. Su, soda, kupa bardak, muz ağırlıklı meyve salatası ve biraz kuru yemiş… Bu liste hayatı ne kadar yalın, katıksız ve sahici yaşadığını gösteriyor aslında. Tabii okumayı bilene.

Kimseden esirgemiyor selamını. Sette bulunan herkesin halini hatırını soruyor. Olcay'ın menajerliğini üstlenen Must Entertainment'ın sahibi Mustafa Bey (Elibol), "Enerjisi tutarsa, kendini iyi hissederse saatlerce kalır sette" diye minik bir ipucu veriyor çekim başlamadan önce. İlk merhabanın tılsımına inanan biri olarak, Zuhal Olcay ile enerjimizin ortak bir frekansta buluştuğunu hissediyorum. İçim rahat.

Zaman mevhumumuzu giderek yitirdiğimiz bir düzen ve zamanı dahi tüketip yok etmeye alıştırıldığımız bir sistemde, 100. sayımız olan Mayıs sayımızı zamansızlığa adıyoruz. Zamanla tükenmeyen, zamandan bağımsız var olabilen, zamanın ötesinde her fikre ve her kişiye… Bu tarife en uygun isim ile karşı karşıyayım. Zamansızlığın ilham olduğu bir sayıda, Olcay ile yan yana gelmişken kendisinin zaman ile kurduğu ilişkiyi merak ediyorum. "Zamanı kullanırken bazen kendimi çok iyi, bazen de felaket buluyorum. Aceleciyim, ayrıntıcıyım ve biraz hiperim. Zamanın önünde gidiyorum. Koşuyorum hep. Kendimi denetlemeye de çalışıyorum elbet. 'Dur, anda kal, anı yaşa!' diyorum ama nafile. Zamanın önünde koşturan bir tipim maalesef."

"Yoksa anda eksik bulduğunuz bir şeyler mi var?" diyorum sesli düşünerek. "Hangimiz anda tamız ki? Anda tam olmak çok uzun eğitimlerin, çalışmaların sonucunda olabilecek bir şey. Nadir de olsa anda tam hissettiğim oluyor. Tadını çıkarmaya bakmak lazım. İnsan dediğin sürekli anlam peşinde koştuğunu düşünen ama pek de anlamla işi olmayan tuhaf bir varlık."

Londra'da keşfettiğim ve daha sonra başucumdan hiç eksik etmediğim bir kitap vardı, İngiliz müzik yazarı Simon Reynolds'ın yazdığı "Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past". Özetle pop müziğin geçmişe olan bağımlılığının yaratıcılığını öldürdüğünü ve yeni şeyler söylemeyi kısıtladığını düşünür Reynolds. Zaman ve geçmiş ilişkisinde çok geçerli bulurum bu teoriyi. Zamane tüketim alışkanlıklarına baktığımızda da sürekli geçmişe bir özlem duyuyoruz. Bizden önceki kuşaklar kendi dönemlerini, bizler kendi zamanımızı ve şu anki yeni nesil de muhtemelen bugünleri özleyecek ileride. Pop müzik gibi geçmişe bağımlıyız bir şekilde. "Ben de bununla ilgili bir şeyler okuyorum" diyor Olcay. "Evet, biz de beş yıl sonra bugünü özleyeceğiz. Geçmişte içindeyken kahroluyorum, ölüyorum, bitiyorum dediğimiz anlar vardır. Kimi evini kaybetmiştir, kimi sevgilisinden ayrılmıştır, gerçekten büyük acılar yaşamıştır ve 10 yıl sonra dönüp baktığında, 'O kadar da kötü değilmiş ya, acı çekerken bile mutluyduk, tatlıydık' diyebiliyor insan. Tamamen bir kandırmaca yani…"

"Peki tüketimin dibine vurduğumuz bir dönemde, geçmişi de tüketebilir miyiz sizce?"

"Geçmiş tükenmez" diyor ve ekliyor: "Bundan iki yıl önce geçmişte olan bir şeye verdiğim anlam iki yıl sonra değişiyor ve bütün hikayeyi baştan aşağı yeniden yazmak durumunda kalıyorsun. Anlam yüklediğin olayların hakikatte öyle olmadığını görüyorsun. Bunda da yanılabilirsin. İnsan denen bu kompleks yaratık hem her şeyi çok hızlı tüketip hem de o beynini didik didik eden şeyleri tüketmelere doymuyor."

Zaman kavuşturduğu kadar ayırıyor da. Kendi yaşadıklarımızla aramıza bir mesafe koyuyor. İyi de oluyor. Bu konuda hemfikiriz.

"Sürekli değişen bir varlığız. Yaşlandıkça iyiye evirileceğiz diye bir şey yok. İşte bu farkındalık bizim en büyük lanetimiz aslında. Çünkü çok acı çekiyor insan, çok! Bazen dümdüz kütük gibi olmanın nimetlerinden niye yararlanamıyoruz diye düşünüyorum. Kendimi özel bir yere koyduğumdan değil ama duyarlı olmak, farkındalıkla dünyaya bakmak insanı çok hırpalıyor ve yoruyor."

Zaman ve yaş. Kutsal olduğu kadar lanetli bir ikili. Özellikle kadınlar için. Sinema ve televizyon sektörünün en büyük sorunlarından biri "ageism", yani yaş ayrımcılığı. Dayatılan formül korkunç. Yaş almanın kadını kutsallaştırdığı sistematik bir döngüden söz ediyoruz. Genç bir kadın olarak önce seksapelinle gündeme geliyorsun, bilgeliğin elinden alınıyor. Sonra da güya seksapelin bitiyor ve



Blazer ceket, **SAINT LAURENT, BEYMEN**
Bileklik, Yüzük, **POMELLATO**



Gömlek, Pantolon,
NANUSHKA, BEYMEN
Sandalet, **MANU ATELIER**

“Yaş zorbalığını reddediyorum! Ne bilgeliğimden ne de seksapelimden sistemin dayatmasıyla bir şey kaybetmem. Seksi insan da bilge olabilir, bilge insan da seksi olabilir. Yaş almanın, yaşlanmanın hiçbir kötü tarafı yok. Tam tersine daha imtiyazlı olabiliyorsun. Çok zevkli bir şey. Bütün bu rollerden çok sıkılıyorum!”

o noktada müthiş bir bilgelik tacı takılıyor. “O kadar güzel tarif ettin ki İnan’cım. Bu kadar zorbalık olabilir mi? Resmen yaş zorbalığı! Film sektöründe ve tiyatroda oynadığın roller bile değişiyor. Gerçi tiyatroda biraz daha şanslıyız. Neyse ki Hollywood bu konuda biraz uyanmaya başladı. Umarım bunun dalgası buraya da gelir. Kendi adıma hepsini inkar ediyorum. Ne bilgeliğimden ne de seksapelimden sistemin dayatmasıyla bir şey kaybetmem. Seksi insan da bilge olabilir, bilge insan da seksi olabilir. Yaş almanın, yaşlanmanın hiçbir kötü tarafı yok. Tam tersine daha imtiyazlı olabiliyorsun. Çok zevkli bir şey. Bütün bu rollerden çok sıkılıyorum!”

“İşte tam da bu yüzden kapak kızımız sizsiniz” diyorum coşkuyla.

“Bu konuda senin ve bu teklifi getiren insanların farkındalığı olması bile dünyada bir şeylerin ufak da olsa değişmeye başladığının kanıtı” diyor umudu asla yitirmememiz gerektiğinin altını çizerek. “Enseyi ne kadar karartırsak kartalım umut şart!”

Sinema ve televizyon sektörünün yapımcıların elinde tekelleştiğinden bahsediyor Olcay. “50’sini aşmış bir kadının varoluş meselelerini sorgulaması ya da seks hayatı ya da yeniden aşık olması... 50 yaşında bir kadının her şeyi bırakıp bambaşka bir hayata yöneldiğini ve arzu ettiği gibi yaşadığı bir senaryo düşün. Kim seyredecek bunu? Tamamen kültür politikalarının sonucunda oluşmuş bir durum. Yapımcılar ellerini taşın altına koyabilirler ama koymuyorlar. Çünkü hazır olan alıcı bir kitle var ve o kitlenin neyi alacağı belli. Nihayetinde reklamla dönüyor bu iş. Niye riske girsin? Kapitalist düzen böyle. Ufak da olsa bir hareketlenme, değişim görüyorum. Ama bizim gibi bu sektörün içinde üreten, düşünen insanların bıkmadan usanmadan bunları dile getirmesi, kafalarda soru işareti oluşturması lazım. Yolumuz uzun bir yol.”

Olcay’ı dinledikçe deneyim ve tecrübenin kıymetini bir kez daha anlıyorum. “Artık tecrübe edinmeyi önemsemez mi olduk? Tecrübe saygınlığını mı yitirdi sizce?”

“Etrafımda gördüğüm, birlikte çalıştığım genç arkadaşlarım müthiş saygı ve hayranlık duyuyorlar fakat deneyimimden gerçekten yararlanmak istiyorlar mı, bilmiyorum. Çünkü gençlikte ‘ben her şeyin doğrusunu, en güzelini biliyorum’ dedirten bir heyecan vardır. Büyük hayranı olduğum Ingmar Bergman’ın Wild Strawberries (Yaban Çilekleri) filmi bu konuştuklarımızı o kadar iyi özetliyor ki. İzlemediysen mutlaka izle. İçerisinde yüksek dozda geçmiş ve varoluşsal sancılar barındırır. Filmde şöyle bir replik geçer: ‘Ya dinlemeyeceksiniz ya da tahammül edeceksiniz’. Bu replikten yola çıkarak diyebilirim ki günün sonunda zeki olanlar söylenenleri dinlemez, aptal olanlar da anlamaz. Bir de saygı duymaları öğretildiği için saygı duyuyorlar bence. Mesela duayen diyorlar… Duayen nedir? O lafları da sevmiyorum… Meslektaşız sonuçta. Gel, senden öğrenmem gereken bir şey varsa ben öğreneyim ama sen de benden öğrenmek için biraz çabala. Fakat zaman olumsuz anlamda bazı şeyleri dumura uğrattı. Para kazanmak, şöhret olmak, takipçi sayısı artırmak günümüzün kaçınılmaz değer yargıları maalesef.”

Bu cümleleri duymak bile müthiş bir tecrübe. Galiba artık bireysel bir yolculuğa çıkmıyoruz. Her birimizin hayatı tasarlanmış yolculuklarla dolu. O tasarlanmış yolda yürüdüğümüzde kıymetli bir iş yaptığımızı sanıyoruz, çünkü onu gösteriyoruz. Hep vitrinde yaşıyoruz. “Bir sahneyi çekmek ve bir metni çalışmak o kadar zor bir şeydir ki. Ter akıtmak lazım, zaman harcamak lazım. Kimsenin böyle bir zamanı yok, nereye koşuyorsak… İklim dahil her şey tuhaf bir yozlaşmaya doğru gidiyor. Bu hızla gidersek 2050 yılında küresel ısınma yüzünden hayat kalmayacak. Bütün bu olup bitenler içinde bugünün genç nüfusunun kendilerine yatırım yapmalarını beklemek belki de çok fazla iyimser bir bakış açısı. Diğer yandan da beklentimiz büyük. Onlardan dünyayı kurtarmalarını istiyoruz.”

Öyle ya dünyayı kurtarmak için hayal kurmak şart. Özellikle böyle zor coğrafyalarda gençliğin hayal kurma yeteneğini kaybettiğine üzülerek tanıklık ediyor insan. “Hayal kurmayı bıraktılar, çünkü hayal kuramayacak kadar bozkırdalar” diyor Olcay.

Bu gerçeğin sertliğini biraz olsun törpülemek adına çocukluğunda kurduğu hayallerden dem vuralım istiyorum. “Ben sade ve sadece oyuncu olmak istedim. Ailemde konservatuvarlı insanlar vardı ve konservatuvar denilen o mektebi çok küçük yaşta tanıdım. İlkokul ikinci sınıfta Ankara’ya gittim. Teyzem Ankara Devlet Konservatuvarı’nda piyano hocasıydı. Kuzenlerimden biri Opera Bölümü’nde okuyordu. O okulu görünce aşık oldum ve ilkokul ikinci sınıfta oyuncu olmaya karar verdim. Hiçbir şey tesadüfen olmadı yani.”

Tatlı bir sitemle karışık, bu yolculukta müziği biraz geç

“İstesek de istemesek de aşk maalesef bitiyor. Aslında aşk dediğin şey bir başkasının arzu nesnesi olmak bir yanıyla. Karşılıklı arzu var ise tadından yenmiyor. Eskiden bitecek diye doya doya yaşayamazdım. ‘Bitecekse bitecek, biliyoruz biteceğini. Yaşa gitsin’ diyorum artık. Ama kendine kara sevdalı insanlar var ya. İşte onlara dikkat! O çukura düşmemek lazım. Sonu hayal kırıklığı. Geçiyor ama derin kara delikler bırakarak geçiyor.”

keşfettiğini hatırlatıyorum Olcay’a, kendisinden daha çok şarkı, daha çok albüm dinleme beklentisiyle.
“Çocukluğumdan beri deli gibi şarkı söylüyorum. Hiç susturamazlardı beni. Haklısın. Profesyonel olarak 1989 yılında, Evita müzikaliyle başladı şarkıcılık kariyerim. O performanstan sonra albüm teklifi geldi. İyi ki de olmuş. Birçok disiplinde varlığımı sürdürebilmemi bir şans olarak görüyorum.”

Tek başına, bir kadın olarak salt yeteneğiyle yıllardır bu varlığı sürdürebilmek ayakta alkışlanası bir cesaret ve kariyer örneği aynı zamanda. “Elimde olan tek şey o! Bir de kişiliğim” diye cevap veriyor.

“Sanat çok aktivist bir şey. Türkiye’de sanatın aktivist ruhu törpüleniyor. İnsanlar seslerini çıkaramaz oldular. İnsan hakları, kadın hakları, temel haklar… Sanat hepsinin sözü, sözcüsü olmalı. Siz bunun en güzel örneğisiniz.”

“Sahneye çıkıp bağıra bağıra slogan atmak da bir tercih ama bir oyuncu bir rolü ya da o rol içindeki karakterin sözlerini öyle bir söyler ki üç sayfalık politik bir konuşmanın, tüm atılan sloganların çok daha üstünde etki yaratabilir. Sanatın gücü burada zaten.”

Siyah Valentino elbisesiyle poz verdiği kapak karesi Olcay’ın tasvir ettiği aktivist ruhun en güzel örneği. Hissederek bakarsanız, Olcay tek bir karede çok şey anlatıyor. Kadınların hayallerini, bedenlerini, hayatlarını bağlamaya çalışan kara zihniyetlere karşı bir direnç gösteriyor. “Bu hissetmekle alakalı bir şey. Düşünen, hisseden bir insan onu bir şekilde açığa çıkarır eğer sanatçıysa. Bir odada iki sayfalık bir monolog okursun, içerisinde siyasal hiçbir şey yoktur ama dünyanın en politik iki sayfalık sahnesini oynamışsındır. Bu anlamda biraz kısırız biz. Daha fazla Türk yazarlarımız, yönetmenlerimiz olmalı. Daha çok üretmeliyiz, daha çok sesimiz çıkmalı ama çıkmamasına da kızamıyorum.”

Benzer coğrafyayı paylaşan ülkelere bakınca yaratıcılığın en ağır koşullarda bile kendini parlatacak bir ışık sızıntısı bulabileceğine ikna oluyoruz ikimiz de. “Belki de hikayemizi doğru okuyabilen bir toplum değiliz. Dayatılan hikayeler ve tarih yüzünden yüzleşemiyoruz. İnsan kendi gerçeğini keşfedemeyince gerçeğinden beslenip üretemiyor da” diyorum. “Yüzleşmek için bir şeyler üretmeye çalışanları da cezalandırıyorlar, en acısı bu” diyor. Anlayacağınız yumurta tavuk, tavuk yumurta meselesi.

Gelelim insanın en umutlu, en romantik, belki de en deli hissettiği mevzuya: Aşk! Olcay’ın geçmiş röportajlarından birinde söylediği “Aşk zamanla bitmeli yoksa ölürsün” cümlesi müthiş bir aydınlanmaya sebep oldu bende, bitiremeyenler ve mütemadiyen ölenler kervanıyla yürüyen biri olarak. “İstesek de istemesek de maalesef bitiyor. Aslında aşk dediğin şey bir başkasının arzu nesnesi olmak bir yanıyla. Karşılıklı arzu var ise tadından yenmiyor. Eskiden bitecek diye doya doya yaşayamazdım. ‘Bitecekse bitecek, biliyoruz biteceğini. Yaşa gitsin’ diyorum artık. Ama kendine kara sevdalı insanlar var ya. İşte onlara dikkat! O çukura düşmemek lazım. Sonu hayal kırıklığı. Geçiyor ama derin kara delikler bırakarak geçiyor. İnsan öyle garip bir şey ki… Hala vahşiyiz! Mutlaka onun faturasını başka bir yerden çıkarıyoruz. Biz de başka bir yerde bir hayal kırıklığı yaratıyoruz. Birisi bizde bir kara delik açıyor, sonra biz gidip başka birinin kalbinde daha büyük bir kara delik açıp cinayetimizi işleyip yürüyoruz. Dürüst olalım!”

“Başa çıkmanın bir formülü var mı?” diyorum. Olcay’ın reçetesi hazır. “Aşk bitiyor diye üzülmemek lazım. Eğer güzel bir tamamlanmaysa, o duygunun sevgiye, birbirini kollamaya, sırt sırta vermeye dönüşmesi de çok değerli. Önemsememek gerekiyor.”

Zamandan konuştuk, sanattan, umuttan, umutsuzluktan, hayal kırıklığından, hayattan ve aşktan. Son olarak kendisiyle baş başa kaldığında neler yaptığını soruyorum. “Son derece sıradan bir hayatım var. Sabah kahvaltısı ve spor olmazsa olmazım. Yaz kış yüzüyorum. Yürüyüş yapmayı asla ihmal etmiyorum. Bir de deli gibi kitap okuyup film izliyorum. Yalnızlığı da çok seven biriyim bu arada. Tek başıma dünyanın bir ucuna gidebilirim.”

Pandemi biter bitmez de Berlin’e ve Londra’ya gitmek istediğini söylüyor. Hindistan ve Japonya da seyahat listesinde. Londra’da en çok Leicester Square ve King’s Road’daki pub’larda keyif aldığını anlatıyor. Özlediği her halinden belli. Londra’da buluşmak üzere sözleşerek ayrılıyoruz. “Zincirleme bir pub turu yaparız, bir pub yetmez!” diyor. Size de bir çekim, bir sayı, bir röportaj yetmez…



Blazer yelek, Pantolon, **BRUNELLO CUCINELLI, BEYMEN**
Küpe, Bilezik, Yüzük, **POMELLATO**

Saç İbrahim Zengin
Makyaj Hazal Öçal
Fotoğraf Asistanı Bekir Emre Öğüt
Moda Editörü Asistanı Hakan Meriç Doğan

YEŞİLE DOĞRU

Doğa ile temasımızın arttığı ve onun bir parçası olduğumuzu hatırladığımız her an dinginlik ve huzur kaçınılmaz oluyor.

FOTOĞRAF KEREM YILMAZ
MODA EDİTÖRÜ TUĞÇE BAHÇIVANGİL



Bel kısmı açık batik elbise,
SIEDRES, 2.995 TL



Çiçek desenli kısa kollu gömlek, **ZIMMERMANN, BEYMEN,** 5.750 TL
Şal desenli yelek, **ETRO**, 7.550 TL
Dantel işlemeli pantolon, **SIEDRES,** 2.630 TL





Kolları volanlı bluz, **SIEDRES,** 2.345 TL
Soyut desenli korse, **PHILOSOPHY DI LORENZO, BEYMEN,** 6.237 TL
Paçası büzgülü pantolon, **SILVIA TCHERASSI, V2K DESIGNERS,** 5.950 TL







Triko halter yaka bluz, **KNITTS,** 1.200 TL
Dökümlü büstiyer, **VAKKO BY PE DE CHUMBO,** 1.850 TL
Şort, **SIR THE LABEL, V2K DESIGNERS,** 2.795 TL



Bel kısmı açık batik elbise, **SIEDRES,** 2.995 TL



Kareli büyük kesim gömlek,
SIEDRES, 2.145 TL
Etnik desenli etek, **ETRO,** 10.459 TL



Triko halter yaka bluz, **KNITTS,** 1.200 TL
Dökümlü büstiyer, **VAKKO BY PE DE CHUMBO,** 1.850 TL
Şort, **SIR THE LABEL, V2K DESIGNERS,** 2.795 TL



Transparan bluz, **GIVENCHY, BEYMEN,** 6.850 TL
Belden bağlamalı etek, **VALENTINO,** 13.950 TL





Uzun elbise, **ALEXIS,**
V2K DESIGNERS 4.745 TL

Saç Engin Çakmak
Makyaj Barış Yılmaz
Model Ece/New Models

RE:MİX

Modası geçmeyen klasik parçalar ile
stil dönüşümünü başlatıyoruz.

FOTOĞRAF GUENDALINA FIORE
MODA EDİTÖRÜ VANESSA SEWARD



Hırka, **CELINE**
Gömlek, **CHARVET**
Pantolon, ayakkabı, **GUCCI**
Çanta, **HERMÈS**
Güneş gözlüğü, **SAINT LAURENT**
Fiyonk, yüzükler, vintage





Ceket, gömlek, **LE VIF**
Etek, **PRADA** Ayakkabı, **A.P.C.**
Kemer, vintage Küpe, **CARTIER**
Sol sayfa:
Blazer ceket, pantolon, **HUSBANDS**
Gömlek, kravat, **SÉBLINE**
Kolye, **CHANEL** Yüzük, **CARTIER**
Yüzük, **DIOR**



Tulum, **VANESSA SEWARD X LA REDOUTE**
Süveter, **A.P.C.** Gömlek, **SÉBLINE**
Ayakkabı, **GUCCI** Eşarp, **HERMÈS** Küpe, yüzük, **CARTIER** Yüzük, **DIOR**





Elbise, şapka, kemer, **GUCCI** Ayakkabı,
HERMÈS Küpe, yüzük, **CARTIER**
Yüzük, **DIOR**
Sağ sayfa:
Parka, **MAXMARA** Ceket,
pantolon, **MIU MIU**
Çanta, bilezik, yüzük, **DIOR**
Küpe, yüzük, **CARTIER**







Ceket, pantolon, **DIOR**
Çanta, **CELINE**
Bot, kemer, moda editörüne ait
Küpe, yüzük, **CARTIER** Yüzük, **DIOR**
Sol sayfa:
Gömlek, **HUSBANDS**
Pantolon, kemer, **LOUIS VUITTON**
Ayakkabı, **SAINT LAURENT**
Eşarp, vintage



Ceket, **SAINT LAURENT**
Jean pantolon, **A.P.C.**
Ayakkabı, **CELINE**
Eşarp, **HERMÈS**
Güneş gözlüğü, **MOSCOT**
Saat, küpe, yüzükler, **CARTIER**

Saç Yusuke Taniguchi/B Agency
Makyaj Giulia Cohen/B Agency
Fotoğraf Asistanı Francesco Zinno
Moda Editörü Asistanı Kenzia
Bengel de Vaulx
Model Amandine Pouilly/Supreme











Bir çiçek masalı

Türkiye'nin ilk "Floral Café" konseptiyle Emirgan'da açılan Misk, bu ay 4. yaşını kutluyor.

Lezzetli menüsü ve taptaze çiçekleriyle doğanın güzelliklerini evlere taşıyan Misk Floral Cafe'nin bu ayki heyecanı ise Anneler Günü. Her çiçek buketini bir çocuğun annesine olan sevgisiyle hazırladıklarını söyleyen Misk, bu özel gün için annelerin ruhuna iyi gelen hediyeler düşünmüş. Onun en sevdiği renklere, çiçeklere, dokulara göre özel bir buket tasarımı yapıyorlar, taptaze hazırlayıp ince detaylarla tamamlıyorlar. Bu hazırlık süreci de hediyenin kendisi gibi, çocuklar gibi heyecanlı, anneler gibi özenli.

"Floral Café" konseptiyle şehre dört yıldır yeni bir soluk taşıyan Misk, yurtdışında benzeri bulunan bu konseptin hem çiçek alanında hem de kafe alanında bu kadar geniş yelpazeli servis veren Türkiye'deki ilk örneği. Misk ne sadece bir çiçekçi ne de sadece bir kafe. Çiçek konusunda misafirlerine A'dan Z'ye hizmet veren; online ve perakende satışları dışında, düğün, nişan ve davet organizasyonu hizmeti de sunuyor. Bunların dışında özel ve kurumsal davetler/etkinlikler ve ev/ofis yeşillendirme projeleri gibi alanlarda da çiçeklendirme desteği de veren marka, dükkanında ise hem kafe hem de bir venue olarak servis veriyor. Marka lansmanları, baby shower'lar, nişan organizasyonları, şirket toplantıları gibi farklı organizasyonlara da ev sahipliği yapıyor.

Romantik ruh

İlhamını tamamen doğadan alan Misk, çok naif ve romantik bir ruha sahip. Misafirlerini adeta bir masala davet eden marka, akıl yoran, cesaret kıran ne varsa her şeye bir mola vermelerini, renklerin ve çiçeklerin içinde kaybolup, tattıkları lezzetler ile ruhlarına her yönden iyi gelmeyi amaçlıyor.

BU AY



198

OBJEKTİFİN GÖZÜNDEN

Moda fotoğrafçılığının önde gelen isimleri

216

KUŞLARIN KANATLARI

Paolo Roversi'nin "Birds" sergisi

218

BİR ASIRLIK LEZZETLER

100 yıldır hizmet veren restoranların hikayeleri

Objektifin gözünden

Deklanşöre bastıkları her an mutluluk ve keyif duyan fotoğrafçılarla çalışmak bizlere de aynı duyguları yaşatıyor. Birçok sayımızda bizleri yalnız bırakmayan bu güçlü isimler, sadece dergimizin değil, moda dünyasının da geleceğini şekillendirmeye yardımcı oluyor. Peki ya onlar yaşadıkları deneyimleri nasıl tarif ediyor dersiniz?

Tamer Yılmaz

Özgün işleriniz ile sektörde kalıcı isimler arasında yer alıyorsunuz. Hikayenin başına dönecek olursak, neden bu mesleği tercih ettiniz?
Aslında özgün işlerimle değil, ilk moda fotoğrafçıları arasında yer aldığım ve işimi severek gerçekleştirdiğim için hala sektördeyim. Bu mesleği tercih etmemin nedeni 13 yaşında eve agrandisör almam ile başladı. Erken yaşlarda görsel dünya ile bir bağım olduğunu anlamıştım. Ben aslında mesleğini çok erken yaşta seçenlerdenim. Fotoğraf bana her zaman sihir gibi gelmiştir. Bir de insanlarla ilişi kurmayı çok severim.

Her bir çekim yeni bir serüven demek aslında. Peki siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?
Çekimler için ilhamımı genelde seyrettiğim filmlerden, konseptlerimden, gittiğim sergilerden, arkadaşlarımdan, sokaktaki yaşamdan alıyorum. Kısacası nefes alan çoğu şeyden etkileniyorum. Genellikle daha geniş düşünmeye çalışıyorum. Aynı düşünceler arasında kalmam. Çünkü yaşamın her noktası yeni bir fikir, yeni bir ilham sağlar.

İyi bir iş iyi bir ekip ile ortaya çıkıyor. Siz ekibinizi oluştururken hangi özelliklere dikkat ediyorsunuz?
İyi bir iş iyi bir ekiple çıktığı gibi, fotoğraf sanatı tek bir kişiyle de güzellikler yaratabiliyor. Yani tek başınıza da yapabileceğiniz bir sanat dalı. Ekip ile bir iş yaptığımda ise tabii ki hassas insanları tercih ederim. Hepimiz her şeyi yapabilmeliyiz. Alıngan insanların bizim ekipte hiçbir zaman yeri olmamıştır. Benimle birlikte çalışanlar ellerini her işe sokmuşlardır. Özetleyecek olursam, fark gözetmeksizin işin içine tam adapte olan insanlarla çalışmayı severim.

Sektörde usta-çırak ilişkisi de oldukça önemli. Kariyerinize ilk adım attığınızda öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu? Bu bilgi ile sektöre yeni giriş yapacak olanlar için neler tavsiye edersiniz?
Usta-çırak ilişkisini tabii ki kabul etmeyenler var ama bence sanat dallarında usta-çırak ilişkisi her zaman önemli bir rol oynuyor. Çünkü mesleğinizin artakalan kısımlarında insanlar ile kuracağınız ilişkiler usta-çırak ilişkisinden geçiyor. Yani çıraklık, müşteriler ile tanışma olanağı sağlayarak çok önemli bir deneyim kazandırıyor.

İlk çekiminizi gerçekleştirdiğinizde hissettiğiniz duyguları bizlere tarif edebilir misiniz?
İlk moda çekimimi gerçekleştirdiğimde yeni bir kapı açılabileceğini hissetmiştim. İki sene sonra da kapının gerçek olduğunu, yeni bir kapı olduğunu anladım. Türkiye'de fotoğrafın moda ile olan bağı özel bir dal olarak görülmüyordu. Ama ben bu dalın ayrılabileceğini fark etmiştim. Bu yüzden de kendimi moda fotoğrafı alanına yönlendirdim.

Her mesleğin olduğu gibi sizin mesleğinizin de kolay ve zor yanları bulunuyor. Peki mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, hangi özelliğinizi bizlerle paylaşırsınız?
Aslında karakterime kattığı birkaç özellik vardır herhalde ama ben karakterimden dolayı moda fotoğrafçısı oldum. Yine de cevap verecek olursam, irade ve

sabır diyebilirim. Çünkü baya sabır gereken bir meslek. Her şeyi idare edebilmek için irade gerekiyor.

Dijital dünya ile yeni bir dönemin başladığını kabul edebiliriz. İşinde başarılı bir fotoğrafçı olarak dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
İşte bu çok uzun bir konu. Dijital dünyanın faydası da var, zararı da. Çok hızlı görüyorsunuz ve yine çok hızlı karar verebiliyorsunuz. Artık matbaa ve pelikül kalktı, bir şeyleri anında düzeltebiliyorsunuz. Bence dijital dünyanın zararlarından biri de fotoğrafların gerçekçiliğini az da olsa yitirmesi. Çünkü ekranda fotoğraf görüldüğü anda birçok kişi fotoğraf hakkında farklı yorum yapabiliyor. Herkes ekrana bakıyor, modele bakan yok. Yani bana göre dijital fotoğrafçılık benim önümü tıkamış durumda.

Dijitalleşmeden bahsetmişken, dergiyi dijital olarak mı okumayı tercih edenlerdensiniz, yoksa basılı haliyle mi?
Kesinlikle basılı haline bakmaya bayılıyorum. Dergileri zaman zaman tekrar açıyorum, hepsi gözümün önünde olsa da birden okumuyorum; biraz ona, biraz diğerine göz atmayı seviyorum. Size şunu soracağım: Geçmiş senelerdeki fotoğraflarınıza dijital dünyanın etkisine girdiğimizden beri kaç kere açıp baktınız? Eğer basılı bir albümünüz olsaydı, onlara hala zaman zaman bakıyor olurdunuz.

Kampanyalar, reklam filmleri ve bir sürü proje... Peki sizin için dergicilik ne ifade ediyor?
Dergilerin bizim için önemi, kendimizi ifade edebilme olanağı sağlaması. Genelde fotoğrafçılar isimlerini dergiler ile gösterirler. Reklam ve kampanya çekimleri daha sınırları çizilmiş düşünceler ile gerçekleşir. Ama dergi çekimleri yeteneklerimizi ifade edebilmemize yardımcı oluyor. Yani moda fotoğrafçılığı için dergiler olmazsa olmazımızdır.

Biliyorsunuz ki L'Officiel bu ay 100. sayısı ile geçmişin mirasını kutluyor. Favori L'Officiel kapağınızı sorsak, bize hangi ismi söylersiniz?
2020 yılının nisan ayı kapağı favorim. Verilmek istenen tema oldukça başarılı aktarılmış.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?
Kültürlü ve aktif çalışan bir kadın dergisi hissi uyandırıyor. Özgüveni yerinde ve etrafına önem veren bir dergi.



"Bu mesleği tercih etmemin nedeni 13 yaşında eve agrandisör almam ile başladı. Erken yaşlarda görsel dünya ile bir bağım olduğunu anlamıştım. Fotoğraf bana her zaman sihir gibi gelmiştir."
Tamer Yılmaz



Ali Yavuz Ata

Özgün işleriniz ile sektörde kalıcı isimler arasında yer alıyorsunuz. Hikayenin başına dönecek olursak, neden bu mesleği tercih ettiniz?

Bilkent Grafik Tasarımı eğitimimi tamamladıktan sonra, Almanya'da yüksek lisans eğitimi almaya başladım. Bu sırada grafik tasarımından çok sinemanın ilgimi çektiğini fark ettim. Fotoğraf üzerinden devam etmemin daha doğru olacağını düşündüm ve tam zamanlı olarak fotoğrafçılığa geçiş yaptım.

Her bir çekim yeni bir serüven demek aslında. Peki siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?

Şekiller, formlar, rastlantılar, kazalar... Tanımlayabildiğim birçok şey farklı bağlamlarda ilham verici olabiliyor.

İyi bir iş iyi bir ekip ile ortaya çıkıyor. Siz ekibinizi oluştururken hangi özelliklere dikkat ediyorsunuz?

Genelde sabit bir ekip ile çalışmadığım için bu konuda bir görüş belirtmem doğru olmayabilir. Ama çalıştığım insanların çoğunun ortak özelliklerini söyleyecek olursam; yaptıkları işe çok iyi derecede hakim oluyorlar.

Sektörde usta-çırak ilişkisi de oldukça önemli. Kariyerinize ilk adım attığınızda, öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu?

Bu bilgi ile sektöre yeni giriş yapacak olanlar için neler tavsiye edersiniz?

İlk başladığım dönem Barış Aktınmaz ve Emre Güven'den farklı konularda birçok önemli şey öğrendim. O açıdan oldukça şanslıydım yani. Yeni giriş yapacak kişilere öncelikle sabırlı olmalarını, deli gibi sanat ve özellikle de fotoğraf tarihi çalışmalarını ve kendilerini belli bir seviyeye getirmeden sevdikleri alanda iş yapmaya başlamamalarını tavsiye edebilirim.

İlk çekiminizi gerçekleştirdiğinizde hissettiğiniz duyguları bizlere tarif edebilir misiniz?

Heyecan ve mutluluk.

Her mesleğin olduğu gibi sizin mesleğinizin de kolay ve zor yanları bulunuyor. Peki mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, hangi özelliğinizi bizlerle paylaşırsınız?

Ters giden durumlarda sakin kalabilmek.

Dijital dünya ile yeni bir dönemin başladığını kabul edebiliriz. İşinde başarılı bir fotoğraçlı olarak dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dijital gelişmelerin en önemli yansıması sanırım üretimin ve buna bağlı çeşitli metodolojilerin herkese açılması oldu. Tabii bununla beraber iş ağı sayesinde kreatif komünite açısından kabilelere bölünme hızlandı.

Dijitalleşmeden bahsetmişken, dergiyi dijital olarak mı okumayı tercih edenlerdensiniz, yoksa basılı haliyle mi?

Sonsuza kadar böyle kalacağını düşünmesem de üçboyutlu dünya halen dijitalden bir adım önde benim için.

Kampanyalar, reklam filmleri ve bir sürü proje... Peki sizin için dergicilik ne ifade ediyor?

Platformculuk gibi olduğunu düşünüyorum.

Biliyorsunuz ki L'Officiel bu ay 100. sayısı ile geçmişin mirasını kutluyor. Favori L'Officiel kapağınızı sorsak, bize hangi ismi söylersiniz?

Fotoğrafçı Chintoo's'un çektiği L'Officiel Malezya kapağı son dönemde en çok dikkatimi çeken kapaklardan biri oldu.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?

Klasikler arasına girmiş bir çizgiye sahip.

Erdi Doğan

Her bir çekim yeni bir serüven demek aslında. Siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?
Net bir şekilde şuradan ilham alıyorum diyemem. Günlük hayatta gördüğüm herhangi bir şey beni etkileyip bana ilham verebiliyor.

İyi bir iş iyi bir ekip ile ortaya çıkıyor. Siz ekibinizi oluştururken hangi özelliklere dikkat ediyorsunuz?
Yıllardır birbirimizi tanıdığımız için kimin ne istediğini ve sevdiğini rahatça anlayabiliyoruz. Moda fotoğrafçılığı ekip işidir, güçlü bir zincir.

Sektörde usta-çırak ilişkisi de oldukça önemli. Kariyerinize ilk adım attığınızda öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu? Bu bilgi ile sektöre yeni giriş yapacak olanlar için neler tavsiye edersiniz?
Fotoğraf ustam ve canım arkadaşım Emre Ünal'ın bana kattığı vizyon para ile satın alınamayacak kadar değerli benim için. Usta-çırak ilişkisinde çok şanslıydım. Tabii herkes bu kadar şanslı olamayabiliyor. Onun için sektöre yeni adım atacaklara tavsiyem; çok bakmalı, çok okumalı ve her zaman bir adım önde olmak için çalışmalılar. Bu donanımlara sahip olduktan sonra özgür bir ruh ile hedeflerine ulaşabilirler.

İlk çekiminizi gerçekleştirdiğinizde, hissettiğiniz duyguları bizlere tarif edebilir misiniz?
Fazla heyecanlıydım açıkçası. Çok düşünerek hareket edememiştim. O mide bulantısı hala aklımda…

Her mesleğin olduğu gibi sizin mesleğinizin de kolay ve zor yanları bulunuyor. Peki mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, hangi özelliğinizi bizlerle paylaşırsınız?
Olay ve durumlara, aynı fotoğrafta olduğu gibi birçok açıdan bakmamı sağladı diyebiliriz.

Dijital dünya ile yeni bir dönemin başladığını kabul edebiliriz. İşinde başarılı bir fotoğrafçı olarak dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Çok tüketiyorduk, artık daha da hızlı tüketmeye başladık. Daha çok insana ulaşabiliyoruz, bu iyi bir şey. Ama çok olumlu mu, olumsuz mu düşünüyorum açıkçası. Tam bilemiyorum, biraz arada kaldım sanırım bu konu ile ilgili.

Dijitalleşmeden bahsetmişken, dergiyi dijital olarak mı okumayı tercih edenlerdensiniz, yoksa basılı haliyle mi?
Dijital çağın tam ortasındayız, farkındayım ama elle tutulur olmasını, yani fotoğrafların basılı hallerini tercih ederim.

Kampanyalar, reklam filmleri ve bir sürü proje... Peki sizin için dergicilik ne ifade ediyor?
Kampanya, reklam ve diğer çekimlerin yanı sıra dergilere çekim yapmak kendimizi daha net gösterebilmemize yardımcı oluyor. Aynı zamanda da tatmin ediyor. O yüzden bir fotoğrafçı dergi çekimlerinden kendini daha iyi ifade edebiliyor.

Biliyorsunuz ki L'Officiel bu ay 100. sayısı ile geçmişin mirasını kutluyor. Favori L'Officiel kapağınızı sorsak, bize hangi ismi söylersiniz?
Genel bir cevap verecek olursam, 2021 kapakları özellikle dikkatimi çekiyor.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?
Özgür bırakılmış bir ruh. Bu hissiyattın da orada emek veren herkese geçtiğini düşünüyorum.





Tuğberk Acar

Hikayenin başına dönecek olursak, neden bu mesleği tercih ettiniz?
Liseden mezun olduktan sonra bir film dükkanında çalışmaya başladım. Aynı zamanda Güzel Sanatlar Fakültesi'nin grafik bölümüne hazırlanıyordum. Bir süre sonra izlediğim filmlerden olsa gerek, kendimi aynı fakültenin fotoğraf bölümüne hazırlanırken buldum. Sanırım izlediğim filmlerdeki gibi ben de kendi kafamda olan imajı yaratmaya başlamak istedim.

Her bir çekim yeni bir serüven demek. Peki siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?
Üniversite yıllarımın başında filmler beni çok etkiliyordu. Sonrasında dinlediğim müzikler ve müzik klipleri ilham kaynağım olmaya başladı. Şu anda bu durum biraz daha değişti ama hepsini tek bir kategoriye sıkıştıramam sanırım.

İyi bir iş iyi bir ekip ile ortaya çıkıyor. Siz ekibinizi oluştururken hangi özelliklere dikkat ediyorsunuz?
Çok uzun yıllar beraber çalıştığım, çalışma biçimini bildiğim, aynı dili konuştuğum ve karşılıklı anlaştığım insanlar ile bir araya gelip güzel işler üretiyoruz.

Sektörde usta-çırak ilişkisi de oldukça önemli. Kariyerinize ilk adım attığınızda öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu?
Asistanlığa İzmir'de yaşarken, öğrencilik dönemimde Tolga Yurdaer ile çalışarak başladım. Sonrasında İstanbul'a yerleşerek uzun yıllar Tamer Yılmaz ve Ayten Alpün'ün asistanlığını yaptım. Hepsinden çok fazla ve apayrı şeyler aldım ama tabii ki Tamer Abi'nin benim üzerimde olan etkisi çok büyüktür. Günün sonunda beraber çalıştığınız insanlar sizin ileride nasıl bir fotoğrafçı olacağınızı etkiliyor. Sektöre ilk defa giriş yapacaklar için de sanırım sevdikleri ve beğendikleri insanlarla çalışıyor olmalarının önemli olduğunu söyleyebilirim.

Mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, bu ne olurdu?
Çok fazla var açıkçası. Zaman içerisinde bu konu ile ilgili olarak düşünme şeklim çok fazla değişti. Artık fotoğrafçılığın karaktere kattığı özelliklerden daha çok, kişinin karakterinin fotoğrafına kattığı özelliklerin daha belirleyici olduğunu düşünüyorum.

Dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Ben bir taraftan insanları özgürleştirdiğini ama diğer taraftan da özgünlüğünü elinden aldığını düşünüyorum. Açıkçası elimden geldiği kadar kendimi o sektöre nasıl yansıttığımı düşünmemeye çalışıp kendi fotoğrafımı yaratıp işin nereye gideceğine odaklanıyorum. Şu anda dünyada film fotoğrafı da, dijital fotoğraf da çeken çok fazla fotoğrafçı var. Artık herkes kendini nasıl rahat ifade edebileceğini düşünüyorsa oraya yöneliyor. Ama bir taraftan da bizi etkileyen ve hayattan olmayan öğeler çoğaldı. Artık çok fazla imge görür, bakar ve değerlendirir hale geldik. Bu da günün sonunda ortaya çıkan işlerin özgünlüğüne etki ediyor bence.

Kampanyalar, reklam filmleri ve bir sürü proje... Peki sizin için dergicilik ne ifade ediyor?
Ben dergilerden baktığım ve beğendiğim fotoğraflar ile fotoğraf çekmeye başladım. Bir gün hep benim de fotoğraflarımın o mecralarda yayınlanmasını hayal ettim. Şu anda da aynı şeyler geçerli.

Biliyorsunuz ki L'Officiel bu ay 100. sayısı ile geçmişin mirasını kutluyor. Favori L'Officiel kapağınızı sorsak bize hangi ismi söylersiniz?
Sevgili Tuğçe Bahçivangil ile 2020'nin nisan sayısı için yaptığımız kapak çekimini hala çok beğeniyorum.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?
Beraber çalışmaya başladığım dergilerden bir tanesi olduğu için benim için yeri ayrıdır. Sofistike çizgisini de her zaman korumayı başarması ayrıca çok güzel.

Cihan Alpgiray

Özgün işleriniz ile sektörde kalıcı isimler arasında yer alıyorsunuz. Hikayenin başına dönecek olursak, neden bu mesleği tercih ettiniz?
Liseden beri sanat ile ilgileniyordum. Grafik ile başlayan merakım bana masa başı bir iş istemediğimi fark ettirdi. Daha sonra ise fotoğrafçılığa doğru yöneldim. Hep bir görsel oluşturup onu mal etmek istedim.

Her bir çekim yeni bir serüven demek aslında. Peki siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?
Eskiden filmlerden çok ilham alıyordum. Ancak zamanla gezerek ve gözlemleyerek ilham aldığım unsurlar değişti. Herhangi bir esere çok daha hızlı bir şekilde erişebildiğimiz için ilham aldığım parametreler de artmaya başladı.

İyi bir iş iyi bir ekip ile ortaya çıkıyor. Siz ekibinizi oluştururken hangi özelliklere dikkat ediyorsunuz?
Ekibin tamamen var olan işle olan uyumuna ve akabinde benim de onlar ile uyumuma bakıyorum. Çekimin dinamiklerine, tarzına ve elbette bütçesine uygun olarak ekibimi belirliyorum.

Sektörde usta-çırak ilişkisi oldukça önemli. Kariyerinize adım attığınızda öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu?
Ben hiç asistanlık yapmadan sektöre adım atmış biriyim. Benim için süreç zor ve uzun oldu. O yüzden yeni katılacak arkadaşlara kesinlikle birinin yanında asistanlık yapmalarını ve ne olursa olsun kazanımları ile birlikte yollarına devam etmelerini öneriyorum.

İlk çekiminizi gerçekleştirdiğinizde hissettiğiniz duyguları bizlere tarif edebilir misiniz?
İlk çekimim billboard'lara çıkacak bir gelinlik markası çekimiydi. Sanırım en heyecanlı kısmı çekeceğim fotoğrafların sokaklarda büyük bir şekilde yer almasıydı. Vermiş olduğu o duygu heyecan vericiydi.

Her mesleğin olduğu gibi sizin mesleğinizin de kolay ve zor yanları bulunuyor. Peki mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, hangi özelliğinizi bizlerle paylaşırsınız?
Çok fazla kontrolcü bir insan oldum. Eskiden daha sakin biriyken şu an daha hızlı ve çözüm odaklı biriyim. Bu özellikler işim için önemli olsa da çevrem için maalesef kimi zaman ters tepki yaratabiliyor.

İşinde başarılı bir fotoğrafçı olarak dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Yöntem olarak CGI kesinlikle ileriki zamanlarda moda fotoğrafında çok önemli bir rol alacak. O açıdan en önemli gelişmeyi bu olarak görüyorum. "Remote shooting" bence farklı bir form olarak tercih edilebilir hale gelecek. Mecra olarak da e-ticaret ve Instagram'ın var oluşu ile birlikte fotoğraf üretimi ve talebi artmışken, tüketim de eşzamanlı olarak daha hızlandı. Artık üç saniyede bizi etkileyen bir fotoğrafı beğeniyor ve geçiyoruz.

Dijitalleşmeden bahsetmişken, dergiyi dijital olarak mı okumayı tercih edenlerdensiniz, yoksa basılı haliyle mi?
Dijital olarak dergilere bakmayı tercih etsem de rengini ve kapağını basılı olarak merak ettiklerimi basılı olarak alıyorum.

Biliyorsunuz ki L'Officiel bu ay 100. sayısı ile geçmişin mirasını kutluyor. Favori L'Officiel kapağınızı sorsak, bize hangi ismi söylersiniz?
En son döneme de denk gelmesi ile Esra Bilgiç kapağı diyebilirim.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?
Her derginin bir kadını vardır. Bence o kadınlar arasında L'Officiel kadını, eski ile modern arasında yaşayan bir kadını anlatıyor.





Kerem Yılmaz

Hikayenin başına dönecek olursak, neden bu mesleği tercih ettiniz?
İlk okuduğum üniversite bilgisayar ve tasarım teknolojileri üzerineydi. Son senemde tüm günümü masa başında bir odada harcamak istemediğime karar verdim. O aralar fotoğrafla ilgileniyordum. Yapmak istediğim mesleğin sanat üzerine olduğuna ve bunun üzerine eğitim almak istediğime karar verdim. Son senenin son dönemi okulu bırakıp tekrar sınava hazırlanarak güzel sanatlar fotoğraf bölümünü kazandım.

Her bir çekim yeni bir serüven demek aslında. Peki siz bu serüvende nelerden ilham alıyorsunuz?
Genellikle izlediğim film ve videolardan ilham alıyorum. Post punk akımı bu konuda benim için güzel bir araç oldu. Sosyal medya ne kadar çöplük sayılsa da Instagram'dan takip edebildiğim güzel örnekler var.

Sektörde usta-çırak ilişkisi oldukça önemli. Kariyerinize adım attığınızda öğrendiğiniz en önemli bilgi ne oldu?
İlk asistanlığımda Hasan Hüseyin bana, "Bu iş şu şekilde ilerler; az iş alacaksın, maddi olarak hiç kazanamayacaksın, normal iş temposunda yapmaya başladığında az kazancın olacak. Çok iş almaya ve durmadan çalışmaya başladığında da normal bir kazanca sahip olacaksın" demişti ama bu beni engellememişti, sonuçta yapmak istediğim bu demiştim. Hala aynı şekilde düşünüyorum. Sektöre yeni girecekler için zor bir süreç onları bekliyor olacak maalesef. Eskisi gibi bir tempo her sektörde olduğu gibi bu sektörde de artık yok. Gerçekten çok çalışmaları ve kendilerini geliştirmeleri gerekecek. Gerçekleştirmek istedikleri hayalleri, kurdukları çekimleri yapamayacaklar. Bunlara hazır olmaları ve omuzlarını düşürmemeleri gerekiyor. Değişime açık olmaları, kendi güzellik kavramlarını oluşturmaları ve bunları da insanlara kabul ettirmeleri gerekecek. Bu da zorlu ve zaman alan bir süreç.

Mesleğinizin karakterinize kattığı bir özelliği sorsak, hangi özelliğinizi bizlerle paylaşırsınız?
Yaşadığım bir travma sonrasında asosyal ve içine kapanık bir karaktere dönüştüm. Bu olay biraz daha sosyal olmama neden oldu. Ekiple çalışmamı ve insanlarla iletişim kurma becerimi geliştirdi. Hala daha insanlarla iletişim kurmada sorunlar yaşıyorum ama eskisi kadar zorlanmıyorum.

Dijital gelişmelerin sektöre yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Ben dijital dünyanın en temel eğitimini aldığım için pek sevdiğimi söyleyemem. İlk baştan bugüne kadar analog çekmeye devam ettim. Hatta son iki senedir mümkün olduğu kadar gerekirse kendi cebimden ödeyip analog çekmeye çalışıyorum. Şimdiki dönemde çok popüler oldu bu kavram. Birçok yabancı dergi ve kampanyalar analog çekiliyor. İnsanlar kendini daha yakın hissediyor yapılan işlere. Bunun nedeni de vernacular, yani kısaca hatıra fotoğrafları. Her zaman olduğu gibi şu anda da daha samimi ve içten geliyor.

Dergiyi dijital olarak mı, yoksa basılı haliyle mi okumayı tercih ediyorsunuz?
Eski kafalı biri gibi görünmek istemem ama ben dijital ortamda çok fazla okuma yapmıyorum, çok yorucu geliyor bana. Baskı halini tercih ediyorum. Yabancı ya da yerli herhangi bir derginin edisyonlarını satın aldığımda daha mutlu hissediyorum.

Favori L'Officiel kapağınız hangisi?
Aralık 2016 kapağı.

Peki L'Officiel sizde hangi duyguyu uyandırıyor? Sahip olduğumuz çizgiyi bize nasıl tanımlarsınız?
Özgür ruhlu, alternatif ve samimi. Türkiye şartlarında benim için olması gereken çizgiye oldukça yakın.

Röportaj Salih Devrim



Bayramın imzası

Bayram denildiğinde aklımıza ilk çikolata geliyor. Godiva'nın Bayram Koleksiyonu ise enfes tatları ve özel tasarım kutularıyla Ramazan Bayramı boyunca en keyifli anlarınıza eşlik edecek.



Godiva, Ramazan Bayramı'nda birbirinden harika lezzetlerini, geleneksel süsleme sanatına özgü motifler ile modern grafikleri harmanlayan özel kutularıyla 31 Mayıs'a kadar Godiva mağazaları ve godiva.com.tr'de satışa sunuyor. Gold Bayram Kutusu'nda, markanın en beğenilen ürünlerinden özel pralin çikolataları yer alıyor. Farklı Godiva lezzetlerini bir araya getiren bayram asorti çikolata kutusu ise çeşitliliğiyle göz dolduruyor. Godiva ayrıca, iftar sofralarının vazgeçilmez meyvesi hurmayı da enfes Belçika çikolatasıyla yeniden yorumluyor. Hem leziz bir atıştırmalık hem de harika bir hediye alternatifi olarak öne çıkan çikolataya batırılmış hurma kutuları da Godiva'nın Ramazan Bayramı'na özel ürünlerinden. Pandemi koşullarında müşterilerine güvenli teslimat hizmeti sunmayı amaçlayan Godiva, Bayram Koleksiyonu'ndan yapılacak 100 TL ve üzeri tüm alışverişlerde siparişleri ücretsiz olarak adrese teslim ediyor.



Tatilin yeni adresi

Yaza arınarak girmek isteyenlere Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort, ideal bir tatil imkanı sunuyor.





Elite World Sapanca'nın konukları biyolojik göletin çevresinde yürüyüş yaparken, tenis kort ve basketbol sahalarında spor yapıp Adventure Park'ta macera dolu aktivitelere katılabiliyor.

Huzurlu atmosfer

Doğanın huzur veren atmosferinde ayrıcalıklı hizmetleri ile dikkat çeken Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort, ilkbaharda da misafirlerine farklı ve keyifli deneyimler yaşatmaya devam ediyor.

Sıra dışı bir spa deneyimi arzulayanların tercih ettiği Elite World Sapanca'nın özel hamamında misafirler baştan aşağı arınırken, dinlenme alanlarındaki ferahlatıcı ikramlardan tadıp detoks bakım paketi ve bitki özlerinin ferahlatıcı etkilerini bir arada yaşayabiliyor. Ayrıca Elite World Sapanca'nın misafirleri tuz terapi odasındaki sıcak kum masaj yatağında uzanıp himalayan tuzu ile kaplanmış olan tuz terapisi odasının keyfini çıkartabiliyor. Dış güzellik ve vücut sağlığı dengesine önem verenler için hazırlanan Fit Life Signature masajı ise kendini şımartmak isteyenlerin keyfini yerine getiriyor. Bu arada misafirler Türkiye'nin ilk biyolojik göletinin çevresinde dolaşıp tenis kortlarında, basketbol sahasında spor yapabiliyor. Adventure Park; ATV, trekking, bisiklet, paintball ve hazine avı gibi grup aktivitelerinin yanı sıra doğa yürüyüşü ve koşu gibi bireysel aktivitelere de imkan sağlıyor. Tüm bunların yanı sıra Elite World Sapanca'nın konukları uygun hava şartlarında doğanın içinde yoga, pilates gibi grup çalışmalarına da katılabiliyorlar.

Lezzetli alternatifler

Aynı zamanda bir Elite World Hotels markası olan The Grill Ocakbaşı ise ocakbaşı konseptinin modernize versiyonu olarak a la carte ve











Hem doğayla iç içe olabileceğiniz hem de konforlu ve güvenli bir tatil geçirebileceğiniz Elite World Sapanca sizleri stresten arındırıp derin bir nefes almaya davet ediyor.

set menü alternatifleri ile her damak zevkine uygun lezzetleri misafirleriyle buluşturuyor. Menüsünde kömür ateşinde pişirilen ızgara kebap, köfte, pide çeşitleri, katmer tatlısı, künefe ve meze çeşitlerinin yanı sıra Türk ve dünya mutfağından özel yiyecek alternatifleri Elite World Hotels'in ödüllü şeflerinin ellerinden çıkıyor.

Gymboree işbirliği

Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'un minik misafirleri de Gymboree uzmanlığında gerçekleştirilen etkinlikler sayesinde aileleri dinlenirken Kids Club'ta keyifli zaman geçiriyor. Müzik aleti yapımı, ebru atölyesi, maske yapımı, dart ve halka atma oyunları, spa eğlencesi, baskı çalışmaları, origami, kuş sanatı, kapı süsü tasarımı, pizza, kek ve kurabiye yapımı gibi eğlenceli aktiviteler ile farklı deneyimler yaşayan çocuklar, mini disko ve patlamış mısırla sinema keyfi yaparak unutamayacakları bir gece geçiriyor.

Sütunsuz kongre salonu

Kongre turizmi için de iddialı olan Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'un toplam 2 bin 200 metrekarelik sütunsuz kongre salonu aynı anda yaklaşık 3 bin kişiyi her türlü organizasyon için bir araya getirebiliyor. Bu arada düğün merasimini doğa ile iç içe bir ortamda gerçekleştirmek isteyenler, Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'un görkemli geniş salonları ve havuz başı alanlarında düğün organize edebiliyor. Ayrıca düğün yerine nikah tercih edenler de yine doğanın kalbinde yer alan Elite World Sapanca'da hem misafirlerine hem de ailelerine güzel bir organizasyonla unutulmayacak anlar yaşatabiliyor.

Hijyenik ve güvenli bir tatil

Elite World Hotels zincirinde yer alan tüm oteller, güvenli turizm sertifikasına sahip olup yüksek önlem ve güvenlik tedbirleriyle hizmetlerini sürdürüyor. Elite World Care (COVID-19 anti risk ekibi) adındaki uzman ekiplerle aktif bir şekilde denetleme ve değerlendirmeler sürekli devam ediyor. Konforlu ve güvenli bir tatil için her detayın titizlikle düşünüldüğü Elite World Otelleri'nde misafirler yüzde 50 doluluğu aşmayacak şekilde geniş ve hijyenik alanlarda sosyal mesafeye dikkat ederek ağırlanıyor.



Hayal edin, gerçekleşsin

Kapadokya deyince aklımıza kocaman bir açık hava müzesi geliyor. Flame Travel&Events bu kocaman açık hava müzesinde sizin isteklerinize özel bir seyahat planlaması organize ediyor.



Tüm dünyanın ilgisini çeken, yerli ve yabancı birçok film ve dizinin çekiminin gerçekleştirildiği Kapadokya görülmesi gereken ender lokasyonlar arasında yerini alıyor. Peki bu eşsiz yerde nerede kalınır, ne yenir, hangi turlara katılınabilinir? Bu soruların hepsinin cevabı Flame Travel&Events oluyor. UNESCO Dünya Mirası listesinde 357. sırada yer alan Kapadokya, dünyanın en büyüleyici yerlerinden. Burada gezip görülecek ve yapılacak o kadar çok şey var ki… Eşsiz kaya oluşumlarını, tarihi yeraltı şehirlerini, kiliseleri, antik kaleleri keşfe çıkabilir; vadilerde at binme turlarına, ATV turlarına, Jeep Safarilere ve balon gezilerine katılarak her gününüzü dolu dolu geçirebilirsiniz. Bununla da sınırlı kalmayıp Kapadokya'nın geleneksel Anadolu mutfağını ve yerel şaraplarını da deneyimlemeniz önerilir.

Tüm bu plan ve programın hayalinizdeki gibi gerçekleşebilmesi için Flame Travel&Events'e nasıl bir tur hayal ettiğinizi söylemeniz yeterli. İsterseniz üç günlük, isterseniz de bir haftalık bir seyahat planı yapabileceğiniz Kapadokya kocaman bir açık hava müzesi olarak kabul edilse de görmeniz gereken müzelerin başında Göreme Açık Hava Müzesi, Karanlık ve Tokalı Kilisesi, Zelve Açık Hava Müzesi ve Paşabağları gibi yerler ön plana çıkıyor. Flame Travel&Events sadece seyahatlerinizi planlamıyor, deneyimli kadrosu ile vadilerde özel düğün ve evlilik teklifi organizasyonları, kutlamalar,







Reserved Restaurant and Lounge'ın seçkin lezzetleri ile grup yemekleri, bölgedeki geleneksel ellerden çıkmış yöresel yemek organizasyonları, gün doğumunda vadi içerisinde balonlar eşliğinde özel kahvaltı organizasyonları ve gün batımında vadilerde şarap tadımı organizasyonları düzenliyorlar.

Kısacası, siz ne hayal ediyorsanız, Flame Travel&Events bunları gerçeğe dönüştürüyor.

İncelikli düşünülmüş detaylarıyla bir tatil deneyiminden çok daha fazlasını yaşatan Flame Travel&Events ile Kapadokya'yı adeta yeniden keşfedeceksiniz. Tek yapmanız gereken hayalinizi onlarla paylaşmak.



Sanat ve Yaratma Arzusu

Anı yaşamanın tadında olan başarılı iş insanı Tayfun Çimen Ergut, yaşamı anlamanın ve sorgulamanın bir başka yolunu sanatta buluyor.





Klasik sanattan çağdaş sanata; sanatçının toplumsal olaylar karşısındaki rolüne kadar fikirleri hepimizi o an değiştiriyor. Aynı kendi yaşam biçimindeki 'anı yaşamak' mottosu gibi. Zamanın içinde hepimiz istemsiz bir şekilde ilerliyoruz. Kimimize göre ağır geçiyor, kimimize göre ise oldukça hızlı. Sanırım nasıl geçtiğinden daha önemli olan, onu nitelikli olarak geçirmek. Hayatın her alanındaki tutkusu ile de Tayfun Çimen Ergut bunu en iyi şekilde gerçekleştiriyor. Yeni fikirlerle dolu gelecek nesli heyecan verici bulan başarılı iş insanı ile keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Sanatta sizi ne heyecanlandırıyor?
Bence sanat özünde oldukça kişisel bir şey, doğası gereği üreten sanatçı için de kişisel; o sanatı deneyimleyip ondan bir elektrik alan sanatsever için de… Sanatta ne tür materyal, şekil, form, teknik olursa olsun; bir şey yaratabilme kabiliyetini deneyimlemek en büyük heyecan. Modern sanat her zaman daha çok ilgimi çekmiştir. Karmaşık fakat bireysel duygu ve düşünceleri tasvir etmeye odaklanması, bizi sanatçıyla bağ kurmamıza bir adım daha yaklaştırıyor.

Koleksiyonerlerin sanata olan katkısını nasıl değerlendirirsiniz?
Kendimi hiçbir zaman bir koleksiyoner olarak görmedim. Tabii ki dünyada ve Türkiye'de bu işi profesyonel olarak yapan birçok değerli ismin, sanata ve sanatçıya kıymetli katkıları bulunuyor. Sanat eserleri benim için bir yatırım aracı olmadı. Eser edinirken seçimlerimde her zaman ressamın bir hikayesi olmasına önem verdim. Örnek vermek gerekirse; Hakkı Anlı 1975 Kırmızılı Kompozisyon tablosu gibi diyebilirim.

Yeni sanatçıları keşfetmek için neler yaparsınız?
Yepyeni fikirlerle dolu yeni nesiller, her jenerasyonun ufkunu açması açısından her zaman çok özel, değerli ve heyecan verici. Sanatta da bunun bir farkı yok bence. İşte o yetenek kişiyi, sanatçı yapan asıl şey. Bu nedenle yeni nesil deneysel sanat çalışmalarını merakla ve ilgiyle takip ediyorum.

Pandemi öncesi seyahat etmeyi çok sevdiğinizi biliyoruz, seyahatlerinizde birden fazla kez ziyaret ettiğiniz müze var mı?
Pandemi öncesi uzun zaman dilimlerinde ve sık seyahat ettiğim metropol şehirlerdeki müze ve



"Bir şey yaratabilme kabiliyetini deneyimlemek en büyük heyecan. Modern sanat her zaman daha çok ilgimi çekmiştir. Karmaşık fakat bireysel duygu ve düşünceleri tasvir etmeye odaklanması, bizi sanatçıyla bağ kurmamıza bir adım daha yaklaştırıyor."
Tayfun Çimen Ergut



galerileri gezmeye her zaman önem verdim. Dünyanın birçok farklı noktasında favorilerim arasında New York'ta Guggenheim Museum, Gagosian Gallery ve Pace Gallery. Londra'da Tate Modern London, David Zwirner Gallery ve Galerie Thaddaeus Ropac. Paris'te Galerie Perrotin ve Berlin'deki König Galerie, çok beğendiğim yerler arasında ama birçoğunun başka şehirlerde de şubeleri bulunuyor.

Bir hayal kurarsak bugün sanat tarihinde yer alan dünyaca ünlü tablolardan hangisine evinizde yer vermek isterdiniz?

Dünya üzerinde birçok değerli sanat eseri yer alıyor. Fakat sanat hiçbir zaman benim için hayal olamaz. Evimde yer alan eserlerin hepsi benim için çok kıymetli. Henri Matisse "Le Bonheur De Vivre", Claude Monet "Impression, Sunrise", Henri de Toulouse-Lautrec: La danse au Moulin Rouge (1890) en beğendiğim tablolar.

Kozmetik sektörü nasıl bir süreçte anlatır mısınız?

Dünya kozmetik sektörü her yıl büyük bir ivme ile farklı bir yöne doğru evriliyor. Kozmetik dünyası, trendler tarafından yönlendiriliyor. Hepimizin takip ettiği gibi bu sektör son birkaç yıldır her biri devrim niteliğinde birçok yeni akıma tanıklık etti. Organik, doğal, paraben içermeyen, kişiselleştirilmiş içerikler, fitness, wellness. Bu noktada doğru cevap kapsayıcı trendler ile tüketici ihtiyaçları arasında doğru bir bağlantı kurmaktır. Pazarda konumlanmayı, yerini sağlamlaştırmayı ya da büyümeyi hedefleyen her marka için olmazsa olmaz şart doğru trendin peşinden gitmektir. Ancak içinde bulunduğumuz şu günlerde kozmetik sektörü de Covid-19 salgını ile birlikte değişiklikler gösteriyor. Bence, şu an herkes bu krizin sonuçlarını analiz ediyor ve kendini, markasını yeni düzene göre geliştiriyor.

Türkiye'de kozmetik sektöründeki öncülerden olmanın sorumlulukları neler?

Profesyonel hayatta her zaman cesur, sağlam ve kararlı adımlar atmaya önem verdim. Bu sebeple iş hayatımda verdiğim en zor karar aslında en kolay olanıydı: "Yapılmayanı yapmak." Bir kadın olarak dünya trendlerini yakından takip etmem, geçmiş yıllardaki marka elçiliklerindeki başarılarım global markaların distribütör seçimlerinde tercih sebebi oluyor. Bu sorumluluğu en doğru şekilde gerçekleştirmek için her zaman ileriyi görmeliyim. Benim de en büyük tutkum bu.

Keyif aldığınız bir sohbetin başlıklarında hangi konular yer alır?

Dünya ekonomisi, kozmetik ve moda dünyası trendleri, müzik başlıklarını sayabilirim. Uzun yıllardır yoğun iş temposundan fırsat buldukça dostlarımla bir araya geldiğimde kozmetik, moda ve müzikle ilgili yenilikler üzerine konuşuruz. Ancak tabii biz iş insanları bir araya geldiğimizde konu her zaman iş dünyasının geleceğiyle devam eder.

İş ve özel hayat arasında dengeli olmanın sırrı nedir?

Aile bağlarınız özel hayatınızda olduğu kadar iş ve sosyal hayatınızdaki duruşunuzu da belirliyor. Her zaman etik ve ahlaki değerler çerçevesinde mottom 'anı yaşamak'. Hayat içinde hepimiz çeşitli süreçlerden geçiyoruz. Anın yaşanması ve geçmişin sorunlarından ziyade, geleceğe odaklanılması taraftarıyım ve benim için hayatta her şeyin çaresi vardır; ölüm hariç...



Ayrıcalıklı tatil anlayışı

Sezonu heyecanla karşılamaya hazırlanan turizm dünyası ile ilgili gelişmeleri Mandarin Oriental, Bodrum Genel Müdürü Ersev Demiröz değerlendiriyor.



Geçtiğimiz yıl pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında yer alan turizm sektörü bu yıl yaralarını sarmaya hazırlanıyor. Sezona birçok yenilikle hazırlanan Mandarin Oriental Bodrum'la ilgili gelişmeleri otelin genel müdürü Ersev Demiröz'le konuştuk.

Kendinizden bahseder misiniz, kaç yıldır bu sektördesiniz?

Lisans eğitimimi 1992'de Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nde tamamladım. Seneler içinde dünya çapında ünlü birçok otelde görev yaptım ve uluslararası otelcilik sektöründe çeyrek asrı aşkın süre boyunca edindiğim tecrübeyle 2017'de Mandarin Oriental, Bodrum ailesine otel müdürü olarak katıldım. Ekipçe dört sezonu başarıyla geçirdikten sonra, 2020 itibarıyla da genel müdürlük görevini devraldım.

Pandemi öncesi ve sonrası değişimleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandemi süreci kişilerin tatil alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirdi. Önceleri seyahatseverlerin tercihlerine genellikle keyfi etmenler yön verirken, artık destinasyon seçimlerinde güven faktörü epey önemli bir rol oynamaya başladı. İnsanlar rotalarını; hizmet kalitesinden en ufak şüphe duymadıkları, doğayla iç içe ve gerekli hijyen kurallarını harfiyen uygulayan tesislere çeviriyorlar. Biz de Mandarin Oriental, Bodrum olarak misafirlerimiz ve çalışanlarımızın sağlık ile güvenliğini her şeyin üstünde tutuyor ve resort'umuzun hem misafir hem de çalışma alanlarında en üst kalitede, son derece sıkı sağlık ve güvenlik önlemlerine yer veriyoruz.

Mandarin Oriental, Bodrum'un başarısını neye bağlıyorsunuz?

Mandarin Oriental, Bodrum'un başlıca başarı etmenleri arasında; sektörün en iyilerinin işe alınması, gerekli tüm eğitimlerin otel açılmadan onlara verilmesi, çalışma arkadaşlarımızın motivasyonunun sağlanması ve hep birlikte uzun soluklu bir çalışma hayatının sürdürülmesi bulunuyor.

Otelin ayırt edici özellikleri neler?

Deneyimsel konaklama paketlerimiz, birbirinden özel mekanlarımız, hem ruhu hem de bedeni dinlendiren ödüllü The Spa at Mandarin Oriental, Bodrum'un benzersiz uygulamaları, heyecan verici aktiviteler, lüks bir alışveriş deneyimi sunmak üzere bünyemize katılan markalar ve en önemlisi, hizmet anlayışımızı misafirlerimize kusursuz bir biçimde yansıtan donanımlı ekip arkadaşlarımız Mandarin Oriental, Bodrum'u farklı kılan özelliklerinin başında geliyor.

Sezona otel içinde hangi değişikliklerle giriyorsunuz?

Global çapta birçok prestijli ödüle layık görülen The Spa at Mandarin Oriental, Bodrum, bölgenin en kapsamlı sağlık, bakım ve güzellik uygulamalarını lüks dokunuşlar eşliğinde sunmaya devam ediyor. Zihin, ruh ve bedeni güçlendirmenin bütünsel formülünü ortaya koyan "Inner & Outer Strength" paketi ve zengin içerikleriyle tüm aile bireylerine sağlık dolu bir tatil vadeden spa programlarımız sezonun ayrıcalıklı yenilikleri arasında bulunuyor. Modern ve çevre dostu sağlıklı yaşam stüdyosu ShapeUp, 2021 sezonunda deneyimli ekibi ve yenilikçi antrenman metotlarıyla konuklarımıza kendilerini ve bedenlerini yeniden keşfedecekleri çok yönlü bir servis sunarken, dünyanın önde gelen tenis yönetimi şirketi Peter Burwash International (PBI) ise Resident PBI Tennis Professional yönetimi altındaki tenis merkezinde her seviyeye uygun programları ve hizmetlerini tenis tutkunlarıyla buluşturuyor. Bunun yanı sıra, Adamo, Arte, Bee Goddess, Chanel, Eres, Moeva, Missoni, Orlebar Brown, Sevan Bıçakçı ve Vakko resort'umuzda bu sezon da yerlerini alırken, Beymen, Jacadi, K by Arzu Kaprol, La Perla, Nedo, Raisa&Vanessa, Serena Uziyel, Urartu Halı ve Vilebrequin ise Mandarin Oriental, Bodrum ailesine yeni katılan markalar olarak ziyaretçilerini ağırlıyor.

Fotoğraf Getty Images Türkiye


Audrey, Paris, 1996


Maja, Paris, 2013


Sakua, Paris, 2018



Kuşların kanatları

Bir kuşun kanat çırpması sonraki uçuşlarını güçlendirir. Çünkü her uçuştan elde edilen deneyim bir sonraki uçuşun daha kontrollü olmasını sağlar. Paolo Roversi de deneyimlerini "Birds" isimli sergiyle bir araya getirerek kariyerini güçlendiriyor.

İtalyan moda fotoğrafçısı Paolo Roversi, Dallas Contemporary'de yeni bir sergiyle karşımıza çıkıyor. "Paolo Roversi: Birds" isimli sergi, Rei Kawakubo'nun modellerini ve hareket halindeki kıyafetlerini yakalama konusunda Roversi'nin özel yeteneğini sergiliyor. 2019 yazında Paris'te Roversi ile Dallas Contemporary'nin yönetici direktörü Peter Doroshenko arasında gerçekleşen bir dizi toplantı serginin ortaya çıkma hikayesini oluşturuyor.

Roversi ile Comme des Garçons beraber iyi bir uyum yarattıkları için daha önce de birçok projede bir araya gelmişti. 80'li yıllarda tasarımcı Rei Kawakubo ile Paris'te yolları kesişen Roversi, sanatsal bir nitelik taşıyan koleksiyonları yıllar boyunca kendi perspektifi ile katalog haline getirdi. Güzel bir uyum yakalayan ikili uzun yıllar çalışmaya devam etti. Şimdi ise geçmişin birikiminden yararlanan fotoğrafçı güçlü bir buluşmanın tarihini duyuruyor. Mart 2020'de açılması planlanan, ancak pandemi süreci nedeniyle ertelenen sergi 22 Ağustos'a kadar Dallas Contemporary'de moda ve sanat tutkunlarına ev sahipliği yapıyor. "Paolo Roversi: Birds" isimli sergide, çoğu hiç görülmemiş 50'den fazla fotoğraf yer alıyor. "Birds" aynı zamanda Kuzey Amerika'daki



Alexandra, Paris, 2015



Yelena ve Sharon, Paris, 1996

ilk Roversi sergisi olma niteliği de taşıyor. 40 yıllık arşivinden beslenerek yeni bir sergi ortaya çıkaran Roversi, eserleriyle birlikte Japon kültürü ile Avrupa kültürü arasındaki bağı yansıtıyor. Ünlü fotoğrafçı, "80'lerde Rei ile katalog çekimleri yapmaya başladım ve ardından her sezon birlikte iş yapmaya devam ettik" sözleriyle de projenin aslında köklü bir geçmişe dayandığını dile getirmiş oluyor.

Her ne kadar Rei Kawakubo'nun moda dünyasına kattığı değerlere hakim olsak da serginin serüvenini daha iyi anlamak için Paolo Roversi'nin yaşam öyküsüne de kısaca değinmekte fayda var.

Adım adım Paolo Roversi

Paris'te yaşayan Roversi fotoğraf tutkusunu 17 yaşındayken İspanya'da bir aile tatili sırasında keşfetti. Fotoğrafa karşı ilgi duymaya başlayan sanatçı, tatil sonrası kendi evlerinin bodrum katında bir karanlık oda inşa etmesiyle kariyerine başladı. 1970 yılına kadar daha çok amatör olarak çekimler yapan Roversi, 70'li yıllardan sonra dergilerin davetlerine katılmasıyla birlikte fotoğraf tutkusunu moda dünyası ile birleştirmeye karar verdi. Teknik bilginin bir noktadan sonra sanatsal bir göz ile birleştirilmesi gerektiğini anlayan Roversi, sürekli kendini geliştirmek için modayı yakından takip ederek birçok isimle iletişime geçmeye başladı. İngiliz fotoğrafçı Laurence Sackmann'ın asistanlığını üstlenerek yeni şeyler öğrenmeye devam etti ve bir süre sonra profesyonel ve özgüvenli bir fotoğrafçı olarak kariyerinin zirvesine ulaşmayı başardı. 1980'de Dior güzellik kampanyasıyla tanınırlığını artıran başarılı fotoğrafçı, Rei Kawakubo ile tanışarak moda dünyasındaki yelpazesini genişletti. Son olarak da sanatçı "Paolo Roversi: Birds" sergisi ile sanat ve moda dünyasıyla buluşuyor.

Yazı Salih Devrim



Bir asırlık lezzetler

Nesilden nesile aktarılan ve hala ilk günkü lezzetini koruyup 100 yıldır hizmet veren restoranların yeni nesil temsilcileri ve hikayeleri ile geçmişten günümüze bir yolculuğa çıkıyoruz.



İlk olarak 1923 yılında Beyoğlu'nda hizmet vermeye başlayan Baylan, bugün Kadıköy ve Bebek şubelerinde hizmet vermeye devam ediyor.



Baylan

Baylan, İstanbul'un yaşayan en eski pastanesi olarak kent tarihinde iz bırakan çok özel bir yer. Hikayesi 1923 yılında başlıyor. Baylan'ın ilk şubesi Beyoğlu'nda açılmış, onu 1925 yılında Karaköy'de açılan şube takip ediyor. Üçüncü şube ise 1961'de Kadıköy'de hizmet vermeye başlamış. İlerleyen dönemlerde Beyoğlu ve Karaköy şubeleri kapanan Baylan, şu anda Kadıköy ve Bebek olmak üzere iki noktada hizmet veriyor. Kadıköy Baylan herkesin bildiği gibi, 1961'den beri aynı yerde, aynı geleneksel lezzetleri sunmayı sürdürüyor. Bebek Baylan ise geleneksel Baylan lezzetlerine ilave olarak geniş içecek ve yemek menüsüyle misafirlerine Boğaz'a nazır keyifli anlar yaşatıyor. Bebek Baylan, ana pastane alanı dışında, farklı konseptlere hitap eden üç kattan oluşuyor. Yeni konseptler geliştirerek misafirlerine keyifli anlarda eşlik ediyor. Baylan'ın menüsündeki tüm yemekler özenle hazırlanıyor. Bunun için de tarladan misafirlerinin tabaklarına kadar tüm süreci dikkatle yürütüyorlar. Seçilen yöresel ve doğal ürünler şefin elinin lezzetiyle buluşuyor. Sonrasında da enfes lezzetler kusursuz sunumlarla lezzet düşkünlerine ulaşıyor. Baylan'ın kurucusu Lenas Ailesi'nin temsilcisi Harry Lenas 2009 yılında Baylan Pastaneleri firmasını Altınkılıç Ailesi'ne ait Altınmarka Grubu'na devrediyor. O günden bugüne Altınmarka grubu Baylan'ı bir miras olarak devralıp ilk günkü değerlerine sahip çıkarak hizmet anlayışına devam ediyor.





Konyalı Lokantası

1897 yılında Sirkeci'de dört masa ve 16 sandalye ile Konya Lezzet Lokantası adıyla mütevazı bir dükkan açan büyük dede Hacı Ahmet Doyuran, bir süre sonra lokantayı damadı Mustafa Doğanbey'e devreder. Lezzetin temsilcisi olarak kısa sürede tanınan lokanta, zaman içinde İstanbul mutfağı denince akla ilk gelen isimlerden birine dönüşür. Konyalı'nın şöhreti 1940'lardan sonra Hacı Ahmet Nurettin Doğanbey'in çalışmalarıyla Türkiye'ye yayılır. Topkapı Sarayı Müzesi içinde 1969 yılından itibaren hizmet vermeye başlayan Topkapı Sarayı Konyalı Lokantası, yeni yapılan düzenlenme ile yurtiçi, yurtdışı birçok üst düzey devlet adamı, bürokrat, sanatçı ve misafirine Osmanlı-Türk mutfağının damak tadını yıllardır büyük beğeni ile yaşatmış, aynı zamanda Türk turizminin imza lezzet duraklarından olmuştur. Kayıtlara göre 1900 yılından itibaren Ahmet Efendi o köşebaşındaki yerini almıştı. Aslında Konyalı, ticari faaliyetin yüksek olduğu bölgelerde yoğun olarak bulunan Batı tarzı restoranların karşısına Türk mutfağının çıkışının habercilerinden biriydi. Üstelik Konyalı tam anlamıyla Anadolu tatlarının bir kompozisyonuydu ve giderek o dönemin Cercle d'Orient, Tokatlıyan, Abdullah Efendi, Pera Palas gibi nam salmış lokantalarının arasına girdi. İtalyanca kökenli "lokanta" tabirinin benimsendiği bu yıllarda Türkçe adlı az sayıdaki yeme içme mekanından biri oldu. Aynı zamanda İstanbul'da döner kebabı bulunan birkaç mekan arasındaydı ve her tabakta adalet, temizlik, lezzet ve kalite ölçüleri bir standart haline gelmişti.Bugün, Doğanbey Ailesi'nin beşinci kuşağı Ahmet Can Doğanbey tarafından işletilen kuruluş, 1924-2021 yılları arasında Atatürk'ten İngiltere Kraliçesi II. Elizabeth'e, Pakistan Başkanı Benazir Butto'dan Amerika eski başkanı Richard Nixon'a kadar dünyanın dört bir yanından gelen pek çok devlet büyüğünü, Jessica Alba ve Song Seung-heon gibi ünlü sanatçıları, kral ve kraliçeleri ağırladı.







Türk mutfağı dendiğinde halen ilk akla gelen restoranlardan olan Konyalı, asırlık deneyimini günümüze başarıyla yansıtıyor.



Yabancı turistlerin mutlaka ziyaret ettiği Pandeli, yıllardır aynı yerde, aynı nostaljiyi bizlere yaşatmaya devam ediyor.







Pandeli

Pandeli'nin hikayesi Mısır Çarşısı'nın arkasındaki Mercan Yokuşu'nda seyyar bir arabada başlıyor. İlk köfteci dükkanını da Çukur Han'da ufak bir barakada açıyor ve hamallara köfte ekmek satıyor. Birinci Dünya Savaşı'nın İstanbul'unda, Pandeli'nin Hamal Lokantası'na dönemin entelektüelleri gitmeye başlıyor. Kısa zamanda herkesin sevdiği bir mekan olan Pandeli, 1926 yılında Eminönü'ndeki Yağcılar İskelesi'nde üç katlı bir binada lokantasını açıyor. O yıllarda Pandeli'nin mutfağını özleyen Mustafa Kemal Atatürk'e Ankara'da misafir ağırlayacağı bazı dönemlerde siparişler İstanbul'dan trenle gönderiliyormuş. Pandeli İkinci Dünya Savaşı gibi zor zamanlarda karşılaştığı güçlüklerle savaşmayı biliyor, un stokları daralınca havanlarda pirinç döverek ekmek yapıyor. Savaşın bitmesiyle tam rahatlama sürecindeyken, bu sefer de 6-7 Eylül Olayları sırasında ne yazık ki Pandeli'nin Lokantası da yağmalanıyor. Ustanın mesleğini bıraktığını gazete manşetlerinden öğrenen dönemin Cumhurbaşkanı Celal Bayar ve Başbakanı Adnan Menderes, meşhur ustayı ikna ediyor ve şu an ki mevcut konumu olan Mısır Çarşısı girişindeki Pandeli Lokantası'nı devlet emriyle ona tahsis ediyorlar. Pandeli, Türkiye'nin ilk turizm belgeli restoranı unvanına da sahip. 1967 yılında Pandeli yaşama gözlerini yumunca, lokantanın işletme sorumluluğunu oğlu Hristo Çobanoğlu ve çocuk yaşta lokantada işe başlamış Cemal Biberci üstleniyor. Pandeli Restoran bugüne kadar Atatürk, Celal Bayar, Adnan Menderes, Fahrettin Kerim Gökay, Audrey Hepburn, Robert De Niro, John Malkovich, Roman Polanski, Sarah Jessica Parker ve Sean Connery gibi isimleri ağırladı.







Tarihi Sultanahmet Köftecisi, nesilden nesile aktarılarak ilk günkü lezzetini hala koruyabilen yerlerin başında geliyor.

Üç kuşaktır süregelen ve bir asrı aşkın tecrübesi ile beşi yurtdışında, dördü İstanbul'da olmak üzere toplam dokuz şubesiyle misafirlerine hizmet vermeye devam ediyor.

Tarihi Sultanahmet Köftecisi

Kurucusu Mehmet Seracettin Efendi'nin 1920 yılında kayıtlara geçen küçücük dükkanını Sultanahmet'te Divanyolu Caddesi köşesinde açmasıyla Tarihi Sultanahmet Köftecisi'nin hikayesi başlıyor. Turan Kebapçısı adıyla hizmet vermeye başlayan dükkanda, hiçbir baharat kullanılmadan, özenle seçilen etlere çok az miktarda ekmek, tuz ve soğan katılarak yoğrulan ve mangal ateşinde pişirilen köfteler zaman içerisinde önce semt sakinlerinin sonra bütün İstanbulluların vazgeçemediği bir lezzet haline gelir. Müşteri sayısı her geçen yıl artan Hacı Mehmet Seracettin Tezçakın, üç oğlu Mustafa, Selim ve İsmail ile çalışmaya devam ederken, 1944 yılında müessesenin adı Halk Kebapçısı olarak değiştirilir.

Babalarının 1953 yılında vefatından sonra oğulları, Tezçakın ailesinin ikinci kuşak bireyleri olarak, işletmenin başına geçer. İlk dükkanın yerinin 1964 yılında istimlak edilmesi üzerine ikinci neslin temsilcileri İsmail ve Selim Tezçakın kardeşler, Tarihi Sultanahmet Köftecisi'nin bugünkü merkezinde Meşhur Halk Kebapçısı adıyla İstanbullulara hizmet vermeyi sürdürür. İsmail Usta'nın oğlu Mehmet Seracettin Tezçakın, üçüncü kuşak olarak 1976 yılından itibaren dükkanda çalışmaya başlar. Bu dönemle birlikte işletmenin adına Dünya Mirası Listesi'nde de yer alan "Sultanahmet" eklenir. Yaratılan müthiş lezzet ve dostane hizmetle işletme, önce Sultanahmet Meşhur Halk Köftecisi, daha sonra da Tarihi Sultanahmet Köftecisi adıyla kök salmaya ve markalaşmaya başlar. Tarihi Sultanahmet Köftecisi bugün, bir asrı aşkın tecrübesi ve beşi yurtdışında, dördü İstanbul'da olmak üzere toplam dokuz şubesiyle tüm misafirlerine hizmet vermeye devam ediyor.

Yazı Timur Can Ersoy



Sıcak topraklar ve eski normal

Miami ve Dubai'nin pandemi şartlarına meydan okuyan yaşam tarzı ve Instagram'da keşfete düşüp akıllarda soru işareti oluşturan "Pandemi bir tek burada mı?" sorusunun cevabını araştırdık.



2020'nin ilk çeyreğinden beri tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19'un hayatımıza kattığı maske ve dezenfektanları bir kenara bırakabildiğimiz tek alanımız evlerimizken, dışarıda rahat rahat vakit geçirebildiğimiz günlere özlemimiz büyüyor. Ancak pandemiye rağmen normal bir hayat süren şehirler de yok değil. Bir elin beş parmağını geçmeyen bu şehirlerden size iki tanesini örnek gösterebiliriz. Miami ve Dubai bildiğiniz üzere sıcak iklimi ve keyifli sahilleri ile tüm dünyadan oyuncular, pop starlar ve yüksek sosyetenin favori tatil beldesiyken, şimdilerde COVID-19'dan kaçış destinasyonu olarak görülüyorlar. Artık iş hayatının da neredeyse tamamen bilgisayar üstünden ve internetle yürütülebildiği bir dönemdeyiz. Hal böyle olunca da pandemiyle birlikte turist göçü kaçınılmaz oldu.

Biz de bu dönemde Dubai'ye gidenlere merak ettiklerimizi sorduk. Aslında orada da her şey pandemi koşullarına uygun olarak gerçekleştiriliyor, ancak masanızda otururken veya şezlongunuzda kokteylinizi yudumlarken kimse size karışmıyor diyebiliriz. Mekanların açık olması ve birçok dünya markasının tam hizmet vermesi Dubai'yi biraz pandemi yokmuş algısına düşürüyor. Ama tabii Türkiye şartlarına göre orada daha kalabalık bir kitle olması da bu algıyı yaratıyor olabilir. Gece kulüpleri açık değil, ancak ünlü beach club'larda yemeğinizin yanında

kokteylinizi yudumlarken hafif yükselen müziğin ritmine kendinizi kaptırabilirsiniz. Miami'de ise durumlar biraz daha eski normale yakın diyebiliriz. Her ne kadar saatler gece 00:00'ı gösterdiğinde kapanış olsa da, bu kapanış bir bitiş olduğu anlamına gelmiyor. İnsanlar kendi evlerinde küçük gruplar halinde eğlenmeye devam ediyor. Kısacası Miami'de bir kısıtlama yok; tamamen özgürsünüz, sadece masanızdan kalkarken maskenizi takmanız yeterli. Tamamen eğlence odaklı olan şehirde bulunan Space Park'ta ayda bir ünlü DJ'ler ile büyük açık hava partileri düzenleniyor. Pazartesi günlerinin favorisi ise Soho Beach House ve Cecconi's oluyor. Popüler restoranlar arasında ise Carbon ve Sea Spice bulunuyor.

Pandemiden bunaldıysanız ve biraz olsun normal hayatı hatırlamak ve deneyimlemek istiyorsanız, Miami ve Dubai'yi bütün bu nedenlerden dolayı seyahat listenizin en başına almanızı öneririz.

Yazı Timur Can Ersoy











Miami ve Dubai'deki yaşam tarzı bizlere adeta pandemi öncesindeki normal günlerimizi yaşama imkanı sunuyor.

Bültenler


1


2



3


4


5


6



7



8



9

1. Belek'te çam ormanlarının arasındaki gizli cennet Titanic Deluxe Golf Belek, konforu ve doğanın içindeki eşsiz konumuyla ruhunuzu uyandıracak bir tatil yaşatıyor.
www.titanic.com.tr

2. Hotiç yaz Koleksiyonu ilhamını su altının mucizevi özgürlük ve cesaret hissinden alıyor. Soft renklerin hakim olduğu koleksiyonda cesur çizgiler dikkat çekiyor.
www.hotic.com.tr

3. Probiyotiklerden elde edilen peptitleri içeren DeepFresh Probiotics yenidoğan ıslak mendili, anne ve babaların ihtiyaç duyduğu temizliği ilk günden itibaren bebeğin cilt yapısını koruyarak sağlıyor.
www.deepfresh.com.tr

4. Fairmont Quasar Istanbul, 9 Mayıs Anneler Günü'nde annesine dinlendirici bir tatil hediye etmek ve şehrin kalbinde güvenli ve konforlu bir konaklama deneyimi yaşamak isteyenleri bekliyor.
www.fairmont.com

5. Calzedonia 2021 Beachwear/Plaj koleksiyonu doğanın renkleri arasında bir yolculuğa benziyor. Tekrar seyahat etme arzumuz düşünülerek tasarlanan koleksiyon aklımıza muhteşem manzaralar getiriyor.
www.calzedonia.com

6. Desa ilkbahar-yaz koleksiyonunda basit kesimleri klasik çizgilerle buluşturarak yeni ve modern bir çizgi oluşturuyor.
www.desa.com.tr

7. Cildin sağlıklı bir şekilde yaş almasını destekleyen Zade Vital Marine kolajen, özgün içeriğe sahip vitamin ve minerallerle cildi içeriden besleyerek saç ve tırnak sağlığına destek sağlıyor.
www.zadevital.com.tr

8. HİPP Mamasanft Çatlak Önleyici Krem, özellikle hamilelik döneminde gergin olan cildin ihtiyaçları için özel olarak formülize edildi.
www.hipp.com.tr

9. Technogym, Akatlar'da ilk Technogym Experience Center'ını açtı. Bu merkez, özel Technogym deneyimini ilk elden yaşatıyor.
www.avv.com.tr



BAZI ŞEYLER OLMASA DA OLUR

Ama Eğitim Olmazsa Olmaz

Bu bayram siz de annesi ya da babası hayatta olmayan, maddi durumu yetersiz, yetenekli çocuklarımızın eğitimine destek olun.

0850
222
1863

darussafaka.org

155 YIL

Darüssafaka
1863
CEMİYET



LONGINES



Longines PrimaLuna