MODA&TREND HABER

Fiyatı: 35 TL

ISSN 2757-9972

MAYIS/HAZİRAN 2021
1. Sayı

BAHARIN GELİŞİYLE MODA DA ÇİÇEK AÇTI

EN ŞIK PARTY MEZUNİYET ELBİSELERİ GELİNLİK MODELLERİ

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA BİLİNCİ YAYILIYOR

MODA TREND RAPORU

KİĞILI 'nın Dünü ve Bugünü

LÜKS MARKALAR NE MODA ALIŞVERİŞ İHTİŞAMLI MÜCEVHERLER HEPSİ BURADA



MODATASARIMCISI PROF. DR. ÖZLEM SÜER RÖPORTAJI- 2021 İLKBAHAR- YAZ MODASI NELERDİR ?



İHKİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE " İHRACATÇI CAN SUYU KREDİSİ BEKLİYOR"

TEKNOLOJİK GELİŞMELER

ANNELER GÜNÜ 'ne Özel HEDİYE SEÇENEKLERİ

MARMARA ÜNİVERSİTESİTESİ G.S.F. TEKSTİL TASARIMI BÖLÜMÜ BÖLÜM BAŞKANI "PROF.DR. MİNE BİRET TAVMAN ERTUĞRUL" RÖPORTAJI



GENÇ YETENEK BÜŞRA CANBAZ


Far Away
REBEL
&
DIVA
AVON



Değerli okuyucularımız;

"**Moda & Trend Haber**" dergisi olarak ilk sayımız ile karşınızdayız. Bir taraftan yeni çıkan kitabım olan "**16.yy Osmanlı Deri Sanatı ve Dericiliğin Tarihçesi**" adlı kitabımın heyecanını ve geri dönüşlerin verdiği mutluluğu yaşarken, diğer taraftan hayalimiz olan önce internet sitesi olarak **www.modatrendhaber.com** ile yayına başladığımız şimdi ise yepyeni bir dergi olarak yayıncılığa devam edeceğimiz "**Moda & Trend Haber**" dergisi için çalışmalarımızı heyecanla sürdürüyoruz. Öte taraf da maalesef ki dünyayı ve ülkemizi etkisi altına alan pandemi ile nasıl daha iyi mücadele edebiliriz diye düşünüyoruz. Can kayıplarımızın tüm dünyada sıfırlanabilmesini, insanlarımız üzerindeki tüm olumsuz etkilerinin yok olup gitmesini ve baharın enerjisiyle de daha sağlıklı ve mutlu günlerimizin olmasını diliyorum. Bunun için herkesi tüm önlemler konusunda hassas ve daha dikkatli olmaya davet ediyorum.

2020'yi üzüntü ve endişe ile kapatırken 2021'e çok fazla umutlarımızı ekledik. İnsanlarımızın morale ihtiyaç duyduğu bir dönemde, birçok tasarımcı tasarımlarına gökkuşakları çizerek enerjik renkleri ve mutluluğu resmederek insanlara tasarımları ile moral vermeyi amaçladılar. Şirketler, kapanmaların ekonomik etkisiyle mücadele için aksiyon planlarını uyguladılar. Dijital alt yapısı olanlar çok daha başarılı oldu ve e-ticaret satışlarında ciddi bir artış yaşandı. Dijitalden pek çok fuar ve defile organizasyonları yapıldı. Bizlerde sizlere dijitalden de ulaşmak istedik. Baharın enerjisini aktaracağımız ilk sayımız olan Mayıs/Haziran sayımızla sizlere merhaba diyerek kucak dolusu sevgimizi iletiyoruz.

Misyonumuz, Üniversitelerimizin Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümünde okuyan öğrencileri için Üniversite-Sektör iş birliklerine katkı sağlamak. Genç yetenek sayfamızda üniversitede okuyan genç yetenekleri sektöre duyuruyoruz. Üniversite ve sektör röportajları ile fikir alışverişinde bulunarak karşılıklı talep ve beklentilerini iletiyoruz. Sektör Sorun ve Çözüm önerilerine sayfalarımızda yer veriyoruz. Sektörün farklı ve yenilikçi projelerini, ünlü moda tasarımcılarımızın nasıl başardıklarını ve hikayelerini sizlere aktaracağız. Dekorasyon, Güzellik ve Teknoloji alanlarında da yenilikleri ve trendleri konularında sizleri bilgilendirmeyi sürdüreceğiz. Trend Raporları, Kombinasyon ve Alışveriş sayfaları ile dünya modasını, trendlerin tasarımlara yansımalarını ve alışveriş seçeneklerini sizlerle paylaşacağız. Gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmak için sürdürülebilir üretim ve tüketim konusunda daha duyarlı hareket edecek markaların çalışmalarını sizlerle paylaşacağız.

İlk sayımızda Moda Tasarımcısı Prof. Dr. Özlem Süer' e, İHKİB başkanı Sayın Mustafa Gültepe' ye, M.Ü.G.S.F. Prof. Dr. Mine Biret Tavman Ertuğrul' a, Genç yeteneğimiz Büşra Cambaz' a, Minik yaşına rağmen yoğun çalışmalarımızdan ötürü anlayış gösteren kızım Meleknaz' a, Derginin içeriğine katkı sağlayan eşim Mustafa Anamur' a, tüm ekip arkadaşlarımıza, marka temsilcilerine, çalışan emekçilerine, ve siz değerli okuyucularımıza çok teşekkür ederim. Öneri ve eleştirilerinizi merakla bekliyor olacağım.

"Umut olmadan hiçbir şey olmaz, çalışmalarımızı azim ve sabır ile birleştirirsek hayallerimize er ya da geç kavuşabiliriz."

SEMRA ANAMUR


ACQUA
DI
COLONIA
OFFICINA PROFUMO
S. MARIA NOVELLA
FIRENZE
1612


ACQUA
DI
S.M. NOVELLA
OFFICINA PROFUMO
S. MARIA NOVELLA
FIRENZE
1612


AVON LUMINATA


PERCEIVE
SUNSHINE
AVON



GIZ KOZMETİK


NARS
NARS
NARS
MINI ORGASM LIP AND HIGHLIGHTER DUO
DUO MINI ORGASM LÈVRES ET ILLUMINATUER


YE
YAEMINA


ENHANCES
LUMINOSITY
AURA GLOW COMPLEX
LENGTHENS SKIN'S
PEAK WHITENING CONDITION
TRI-COLLAGEN
collagen
by watsons
white regeneration
illuminating
night cream
일루미네이팅 나이트 크림
Made in
Korea
collagen
white regeneration
illuminating
night cream
일루미네이팅 나이트 크림


YVES ROCHER
LIFTING VÉGÉTAL
SOIN REHAUSSEUR JOUR
Toutes peaux

MODA&TREND HABER

NAZZA Fashion

İmtiyaz Sahibi
NAZZA FASHİON GİYİM YAYINCILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Genel Yayın Yönetmeni
(Sorumlu Müdür)
Semra Anamur

Katkıda Bulunanlar
Görsel Tasarım
Turgay Çelik
Sibel Uğur, Nilgün Yalçın, (Moda)
Mustafa Anamur, Batuhan Can, Özlem Esen, Demet Mutlu, Tülay Vatan, Polat Doğan, Kerem Taşçı,Seher Yıldırım,Koray Aslan, Özge Kaya (Haber)

Yayın Türü
Yaygın Süreli
ISSN 2757-9972
Reklam ve Pazarlama
Semra Anamur semra@modatrendhaber.com

Mali Müşavir
Engin Doğan

Baskı
Transkop Büro Makinaları Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Altayçeşme Mah. Bağdat Cad. No:275/b
Maltepe/İstanbul Tel: 0216 383 34 14

Dağıtım
Nazza Fashion Giyim Yayıncılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
Moda & Trend Haber Dergisi İletişim Adresi
Atalar Mah. Aslı Sok. No:21/33 Kartal /İstanbul
Tel: 0555 101 39 81 info@modatrendhaber.com
www.modatrendhaber.com
Genel Yayın Yönetmeni
Semra Anamur

Moda&Trend Haber Dergisinde yayımlanan tüm yazı ve fotoğrafların hakları, logosu ve isim hakkı Nazza Fashion Giyim Yayıncılık San. ve Tic. Ltd. Şti. 'ne aittir.İzinsiz başka hiçbir yerde kullanılamaz. Yayımlanan ilanların sorumluluğu ilan sahibine aittir. Moda&Trend Haber Dergisi yayımlanan ürünlerde yapılan fyat değişiklerinden sorumlu değildir.



KOMBİNASYONLAR
Syf: 28-39

MODA TASARIMCISI
PROF.DR. ÖZLEM SÜER
Syf: 42-45



TREND RAPORU



Syf: 42-67

MEZUNİYET ELBİSELERİ



Syf: 68-77

SEKTÖR RÖPORTAJ
MUSTAFA GÜLTEPE



Syf: 78-81

SEKTÖR SORUN/ ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



Syf: 82- 83



GELİNLİKLER

Syf: 84-99

TAKTAKIŞTIR



Syf: 100-107

FASHION WEEK İSTANBUL



Syf: 108-117

ÜNİVERSİTELERDE MODA TASARIM EĞİTİMİ



Syf: 118-121

MARKALARIN DÜNÜ BUGÜNÜ "KIĞILI"



Syf: 122-123

GENÇ YETENEK



Syf: 124-125

NE MODA ALIŞVERİŞ



Syf: 142-151



ERKEK MODASI

Syf: 126-139

GÜZELLİK



Syf: 154-159

DEKORASYON



Syf: 160-165

TEKNOLOJİ TRENDLERİ



Syf: 166-169

Ay Taşı ile Şifalanma Ritüelleri Altın ile Buluşuyor



Optimist hislere daha çok ihtiyaç duyduğumuz bu günlerde Atasay, elementlerin gücü ile tasarladığı Aura koleksiyonu ile zamanın ruhuna kusursuz hitap ederken, çarpıcı bir mücevher şöleni de sunuyor.
Doğanın geometrik desenleri ve tasarımları sanatçılara, tasarımcılara tarihin her döneminde tarif edilemeyen bir ilham verdi. Formların temsil ettiğine inanılan ve yaydığı enerjiden beslenerek niyetlerde ritüellemiş enerjilerin odağındaki taşlar ve geometrik şekiller ise Atasay'ın Aura koleksiyonuna hayat verdi.
Auranı iyileştir!
Taşların modern tasarımlarla buluştuğu Aura koleksiyonunun her bir parçası burçların element temsilcisi taşlarıyla hazırlanıyor. Elementleri yüksek modaya transfer eden Aura koleksiyonu, Nisan ayında Korç burcunu başrole aldı. Koç burcunun temsilcisi Ay Taşı'nın modern tasarımlarla buluştuğu koleksiyon, mücevher severler için cazip bir oyun alanı kuruyor.

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; altın küpelerden, renkli taşlı bilekliklere kadar 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.

İnsanların hep en mutlu oldukları anlara eşlik eden Altınbaş, anneler gününde de annelerinizin mutluluğuna ışıltı katmak için yine yerini almaya hazırlanıyor.

Zamansız Bir Hediye: Babet



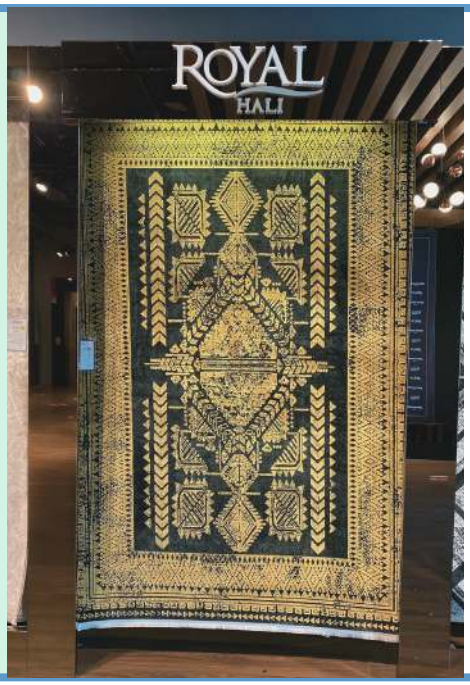


Hediye seçerken risk almak istemeyenler, deriden süete, fiyonk detaylı babet tasarımlarını yakın markaja alıyor.
Annenize onu en mutlu edecek hediyeyi seçmeye hazır mısınız? Güneş ışığının pozitif enerjisinden ve sezonun canlı renk paletinden ilham alan Divarese'nin lüks ve konforlu İlkbahar/Yaz 2021 koleksiyonundan en özel hediyeyi keşfetmek için Divarese.com.tr ve Divarese mağazalarına davetlisiniz.
www.divarese.com.trru ve geometrik formları yansıtmak isteyen stil sahibi kadınlar için listenin ilk sırasında olacak. Doğadaki tüm zenginliği ve evrensel enerjileri kabul eden mücevher severler için her ayın burcuna ve elementine özel olarak tekrar tasarlanacak olan Aura koleksiyonunu her aya ait önerileri ve yeni normal fiyatlarla atasay.com'da keşfedebilirsiniz.

ROYAL HALI 2021 YENİ SEZON KOLEKSİYONLARI

Royal Halı, Atlas Halı ve Pierre Cardin Halı'nın 2021 yılı yeni ürün ve koleksiyonları, Gaziantep Royal Halı Showroom mağazasında tanıtılıyor.

Sıkı pandemi tedbirleri alınarak gerçekleştirilen yeni koleksiyon tanıtım günleri, beş gün boyunca Türkiye genelindeki 300 bayinin katılımıyla gerçekleşti. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) yönetimindeki Royal Halı A.Ş'nin büyük önem verdiği Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları sonucunda, yeni sezon koleksiyonlarının hepsi farklı tarzlarda tasarlandı. Müşteri beklentilerinin doğru şekilde analizi sonucunda hazırlanan yeni koleksiyonlar büyük beğeni topladı. Birbirinden farklı 125 desenin sergilendiği lansmanda Royal Halı, sektördeki öncü ve lider konumunu devam ettirdiğini bir kez daha gözler önüne serdi.



PORTAKAL SICAKLIĞI DUDAKLARDA!



Güzellik tutkunlarının vazgeçilmezi Sephora Collection, doğanın muhteşem hazinesi olan portakalın farklı renk varyasyonlarını dudaklarda ön plana çıkarıyor.

Sezonun favorisi olmaya aday Sephora Collection'ın portakal tonlarındaki renkli rujları yazın gelişini kutlamaya dönüştürüyor. Dudaklarda iddiasını ortaya koyan bu sıcak yansımalar, trendsetter'ların radarına kolaylıkla giriyor. Metallik, mat ve kadifemsi yapıdaki özel ruj seçkileri, makyaj tarzlarına da eşlik ediyor.

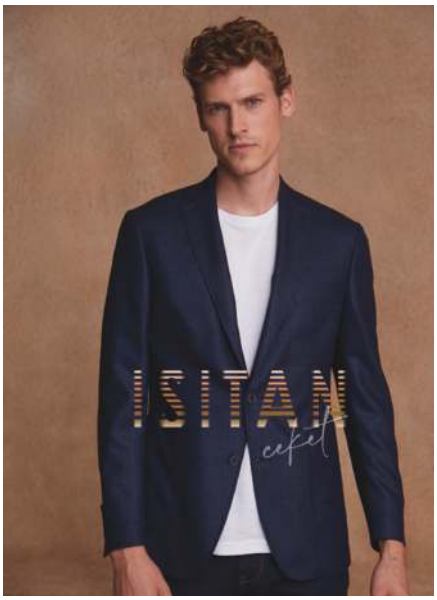
Turuncunun özgün renk koduyla yorumlanan yanık portakal tonları da Sephora Collection imzalı rujlarda hakimiyetini gösteriyor. Dudaklarını daha dolgun bir görünümle desteklemek isteyenler için aynı renk paletindeki dudak kalemlerini tercih ediyor.

RAMSEY ISITAN CEKETİYLE YILIN EN İNOVATİF MARKALARINDAN OLDU

Perakende sektörünün öncü markalarından RAMSEY, koleksiyonlarında her zaman yenilikçi bir anlayışla teknoloji ve modayı buluşturuyor. Geçen yıl tasarlanan ve teknolojinin moda endüstrisinde yapacağı devrimin ayak sesi olarak görülen RAMSEY Isıtan Ceket, "yılın en inovatif ürünleri" arasında gösterildi.

İnovasyon ile şıklığı birleştiren RAMSEY, yenilikçi ürünü Isıtan Ceket ile YouGov tarafından bir yayın kuruluşu için yapılan "Yılın İnovatif Ürünleri" araştırmasında "Giyim Ürünleri" kategorisinde ilk üç marka arasında yer aldı.

Teknoloji ile modayı buluşturan bu yenilikçi tasarımıyla RAMSEY Isıtan Ceket, cep telefonundan kontrol edilebiliyor ve 65 dereceye kadar ısınabilme özelliği ile dikkat çekiyor. Isıtan Ceket, içerisinde bulunan powerbank ile kolayca etkin hale getirilebiliyor.



‘Kalbe Dokunan İlmek Sergisi’



Üsküdar Belediyesi, İstanbulluları tarih yolculuğuna çıkaran sanat sergilerine bir yenisini daha ekledi. Gerçekleştirilen çalışma kapsamında Koleksiyoner Yusuf İyilik’in üç kıtaya yayılmış antikacılardan, ailelerden toplayıp restore ettiği kaybolmaya yüz tutan Osmanlı giysileri ve aksesuarları ile gündelik hayata yön veren eşyalardan oluşan ‘Kalbe Dokunan İlmek Sergisi’ Nevmekan Sahil’de vatandaşların beğenisine sunuldu.

3 bini aşkın parçadan oluşan eşsiz sergi

Koleksiyoner Yusuf İyilik’in Osmanlı giysi ve aksesuar kültürüne olan hayranlığından yola çıkarak hazırladığı Kalbe Dokunan İlmek Sergisi’nde, Osmanlı’nın tarihi ve kültürel zenginliğini yansıtan tekstil ürünlerinin yanı sıra ütü sobası, dikiş makinesi, fener, ayna, takı ve kemer çeşitleri gibi Osmanlı dönemi günlük kullanım eşyalarına yer verildi. Yüzlerce parçadan oluşan Osmanlı dönemi tekstil ürünleri arasında Türkiye’nin her yöresine ait gelin ve damat giysileri dikkat çekerken, yörelerine göre uzmanlar tarafından eşleştirilen kıyafetler, cansız mankenlere giydirilerek sergilendi. Osmanlı ile özdeşleşen dival işlemelerinden oluşan bindallılar, elbiseler, bohçalar, yatak örtüleri ve sedir takımları ile Türk işi işleme örneklerinin sunulduğu sergi, yörelerine göre tasnif edilmiş 3 bini aşkın parçadan oluşuyor.

İTÜ ARI Teknokent bünyesinde Lenovo iş birliği ile kurulan yazılım laboratuvarı girişimcileri geleceğe hazırlayacak

Türkiye’nin girişimcilik ve inovasyon üssü İTÜ ARI Teknokent bünyesinde teknoloji devi Lenovo’nun desteği ve iş birliği ile “Yazılım Laboratuvarı” kuruldu. Laboratuvar, hem üniversite öğrencileri ve girişimcilere yönelik yazılım eğitimleri vermek hem de oyun geliştiricilerin oyunlarını canlı test etmesini sağlamak amacıyla en güçlü iş istasyonları ve eşsiz performansa sahip bilgisayarlarla donatıldı.



Türkiye’nin girişimcilik ve inovasyon üssü İTÜ ARI Teknokent bünyesinde dünyanın ve Türkiye’nin lider teknoloji şirketlerinden Lenovo desteği ve iş birliği ile “Yazılım Laboratuvarı” hayata geçirildi. Üniversite öğrencileri ve girişimcilere yönelik yazılım eğitimleri verilecek laboratuvarda, en güçlü ThinkPad ve ThinkCenter İş İstasyonları kullanılacak. Laboratuvarda yazılacak yazılım ve oyunların canlı test edilmesi için de eşsiz performanslı Legion bilgisayarlar, girişimcileri geleceğe hazırlayacak. Laboratuvarın tanıtım toplantısı ve protokol imza töreni, İTÜ ARI Teknokent Genel Müdürü Prof. Dr. Attila Dikbaş ve Lenovo Türkiye Genel Müdürü Emre Hantaloğlu’nun ev sahipliğinde, İTÜ ARI Teknokent’ten canlı yayın ile çevrimiçi olarak gerçekleştirildi. Türkiye’de teknolojiyi sadece tüketen değil, katma değerli ürünler yaratan bir toplum yetiştirme vizyonuyla kurulan laboratuvarda üniversite öğrencileri ve girişimcilere yönelik yazılım eğitimleri verilecek.



KOZA İLE HAYALLERİNİN PEŞİNDEN KOŞ YENİDEN!

Genç tasarımcıların her yıl heyecanla bekledikleri Koza Genç Moda Tasarımcılar Yarıması'nın gala gecesi 26 Ekim 2021 tarihinde gerçekleşecek.. Koza, hayallerine bir adım daha yaklaşmak isteyen genç tasarımcıları bekliyor.

Yarışmaya katılım için son başvuru tarihi 27 Mayıs!

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İHKİB) tarafından 1992 yılından bu yana düzenlenen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, moda tasarımı alanında kariyer yapmak isteyen genç yeteneklerini endüstriyle buluşturan en önemli platform olarak öne çıkıyor.

Hayallerini gerçekleştirmek isteyen genç tasarımcıların her yıl sabırsızlıkla bekledikleri; moda sektörünün nabzını tutan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması için son başvuru tarihi 27 Mayıs. Genç tasarımcıların birbirinden etkileyici tasarımlarına sahne olacak yarışma ve gala gecesi bu sene 26 Ekim 2021 tarihinde düzenlenecek.



Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, bugüne kadar aralarında Özgür Masur, Hakan Yıldırım, Özlem Kaya ve Zeynep Tosun gibi isimlerin de bulunduğu çok sayıda başarılı tasarımcıları sektöre kazandırdı. Genç tasarımcılara maddi desteğin yanı sıra yurt dışında moda ve yabancı dil eğitimi gibi birçok konuda destek sunan Koza, katılımcıların defile tecrübesi ve kabilinirlik kazanmasına da katkı sağlıyor.

Yarışmayla ilgili daha detaylı bilgi ve şartname için www.kozayarismasi.com linkini ziyaret edebilirsiniz.

Watsons Türkiye ve KEDV'den Anlamlı İş Birliği

Watsons Ekonomik Sürdürülebilirlikte Kadın Emeğini Destekliyor!

Türkiye'nin lider güzellik ve kişisel bakım ürünleri markası Watsons, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) ile gerçekleştirdiği iş birliğiyle kadınların üretime katılmalarına ve ekonomik olarak güçlenmelerine destek oluyor.

Watsons yaklaşık 1 senedir KEDV ile yürüttüğü Sürdürülebilirlik Projesi kapsamında Ekonomik Sürdürülebilirlikte Kadın Emeğini Destekliyor!

Türkiye'nin dört bir yanında bulunan 200'ün üzerindeki kadın kooperatifinde kadınların el emeğiyle ürettikleri doğal içerikli yerel üretim ürünleri seçili Watsons Mağazaları, Watsons.com.tr ve Watsons Uygulaması ile hiçbir kar elde etmeden milyonlarca müşteri ile buluşturuyor, kadınların üretime daha fazla katılmalarını ve ekonomik olarak güçlenmelerini destekliyor.

Watsons, şimdi tüm müşterilerini kadınları desteklemeye davet ediyor!



TOMMY JEANS'DEN %100 GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ DENİMLER

Markanın iddialı sürdürülebilirlik misyonunu ileriye taşıyan İlkbahar 2021 TOMMY JEANS koleksiyonu, eski çarşafları diğer geri dönüştürülmüş pamuklu kumaş atıklarıyla harmanlayan yenilikçi bir teknik kullanılarak üretiliyor ve %100 geri dönüştürülmüş denim stilleri sunuyor. Bu sayede sektörün %30'luk geri dönüştürülmüş pamuklu ortalamasından açık ara daha yüksek bir orana ulaşılıyor.

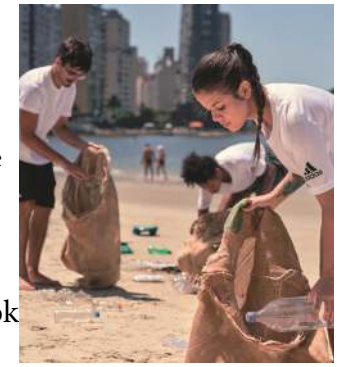
DAHA DÜŞÜK ÇEVRESEL ETKİ

Bu süreçte su tüketimi de ciddi ölçüde azaltılarak benzer denim yıkamalarına kıyasla parça başına 50 litreye kadar su tasarrufu sağlanabiliyor.



ADIDAS PLASTİK ATIKLARIN ÖNÜNE GERİ DÖNÜŞÜMLE GEÇECEK

Adidas, 2024 yılına kadar ürünlerinde işlenmemiş polyester kullanımını tamamen ortadan kaldırma hedefiyle geri dönüştürme stratejisi başta olmak üzere plastik atık sorununun sona ermesine yardımcı olacak yenilikler geliştiriyor. 2021 sonuna kadar ürünlerinde kullandığı tüm polyesterin yüzde 60'tan fazlasını geri dönüştürecek olan adidas, 2030'a kadar tüm operasyonel emisyonlarını yüzde 30 azaltacağını ve 2050'ye kadar da iklim-nötr olacağını taahhüt ediyor.



Büyük bir sorun olan plastik, dünya için kritik eşiğe geldi. Yapılan araştırmalara göre 2050'ye kadar okyanuslarda balıklardan çok plastik atıklar olacak. Doğada yok olması yüz yıllar alan plastik kirliliğinde geri dönüşü olmayan noktaya gelmemize sadece 10 yıl kaldı. Dünyayı geri dönülmez bu yoldan döndürmenin mümkün olduğuna inanan adidas, bu sorunun çözümü için yıllardır verdiği mücadeleye yeni yaklaşımlar ekliyor. Marka, inovasyon ve ortaklıklar yoluyla END PLASTIC WASTE (PLASTİK ATIĞI DURDUR) için bir taahhütte bulundu.

Nestlé Pure Life'tan sürdürülebilir bir gelecek için

%50'si geri dönüştürülmüş malzemeden üretilen çevre dostu şişe

Sürdürülebilir bir gelecek vizyonuyla faaliyet gösteren Nestlé Pure Life, %50'si geri dönüştürülmüş malzemeden ürettiği 1 litrelik yeni şişesini tüketicilerinin beğenisine sunuyor. 2021 yılı itibariyle büyük süpermarket raflarında yerini alacak çevre dostu şişenin 2025 yılına kadar tüm ambalaj boylarında ve satış noktalarının yer alması hedefleniyor.



Dr. Oetker Sürdürülebilirlik Hedefleri

Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Beyanı'nın üç temel kavramı

2020 yılında şirket içinde uygulamaya konulan "Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Beyanı" iddialı sürdürülebilirlik hedeflerini içeren disiplinlerarası ekiplerin çalıştığı toplam 27 projeyi kapsar.
Belirlenen hedefler üç temel kavrama dayandırılmıştır; Gıdamız, Dünyamız ve Şirketimiz.
Dr. Oetker hedeflerini oluştururken, doğal olarak tüketicilerini de dahil eder.



Dr. Oetker Sürdürülebilirlik ve Uyumluluk Başkanı Dr. Judith Güthoff şöyle açıklıyor: "Paydaşlarımız ve tüketicilerimiz ile yaptığımız anket sonuçları ve kendi inançlarımızın birleşimi, Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Beyanı altında belirttiğimiz hedeflerimizin önemli bir temelini oluşturmaktadır. Dr. Oetker her zaman tüketiciye odaklanmıştır. Bu yüzden tüketicilerimizin dilekleri ve düşüncelerine kulak vermek bizler için çok önemlidir. Bu sebeplerden dolayı, Dr. Oetker Sürdürülebilirlik Beyanı iklimin korunması, hayvan refahı ve çeşitlilik gibi sosyal gelişim konularının; faaliyetlerimizin merkezine konulmasını hedefler. Aldığımız aksiyonlar aynı zamanda, tüketicilerimizin gün geçtikçe daha da önem verdiği sağlıklı, bilinçli ve sürdürülebilir beslenme yaklaşımının bir yansımasıdır. Bunu sürdürülebilirlik hedeflerimiz dâhilinde dikkate

Galaxy İleri Dönüşüm Programı ile dönüştürülen Galaxy akıllı telefonlar, göz hastalıklarının tespit edilmesinde kullanılıyor.

Samsung'un Galaxy İleri Dönüşüm Programı sayesinde, kullanılmayan Galaxy akıllı telefonlar tıbbi teşhis kameralarına dönüştürülüyor. Bu cihazlar Vietnam, Hindistan, Fas ve Papua Yeni Gine'de yeterli sağlık hizmeti alamayan insanların desteklenmesi için kullanılıyor.



Samsung Electronics, dünyanın çeşitli yerlerinde yeterli sağlık hizmeti alamayan kişilerin göz sağlığı hizmetlerine erişimini sağlamak amacıyla kullanılmayan akıllı telefonları yeniden dönüştürüyor. Samsung, artık kullanılmayan Galaxy akıllı telefonların ileri dönüşümünü sağlayarak göz hastalıklarının tespit edilmesinde kullanılan medikal cihazlar geliştirmek amacıyla Kore Yonsei Üniversitesi Sağlık Sistemi (YUHS) ve Uluslararası Görme Kaybını Önleme Ajansı (IAPB) ile iş birliği gerçekleştirdi. Söz konusu Galaxy İleri Dönüşüm Programı, doğru teşhisle dünya çapında yaklaşık 1 milyar vakaya ulaşan ve önlenebilir olan görme kayıplarının tedavi edilmesine destek oluyor.





Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) tarafından düzenlenecek "Doku Kumaş Tasarım Yarışması"nın tanıtım toplantısı, Gaziantep Valisi Davut Gül, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı A. Fikret Kileci, Moda Tasarımcısı Dilek Hanif ve Kutnia markasının kurucusu Jülide Konukoğlu'nun katılımıyla Gaziantep'te gerçekleştirildi.

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) tarafından Ticaret Bakanlığı desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, Tekstil Mühendisleri Odası Güney Bölge Şubesi iş birliğiyle gerçekleştirilen "Doku Kumaş Tasarım Yarışması" ihraç edilebilme potansiyeline sahip ürün çeşitliliğini artırmayı hedeflerken genç girişimcilere de yeni kapılar açacak.

GAZİANTEP VALİSİ DAVUT GÜL:
"GAZİANTEP KENDİNİ BİR ADIM ÖNE ÇIKARAN BİR ŞEHİR"
GAZİANTEP BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI FATMA ŞAHİN:
"GAZİANTEP, MEDENİYET TARİHİNİN TAŞIYICISIDIR"
GATHİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI AHMET FİKRET KİLECİ:
"DEĞİŞİME AYAK UYDURMAK ZORUNDAYIZ"
MODA TASARIMCISI DİLEK HANİF:
"İTALYA'YA FRANSA'YA GİTMEYE GEREK YOK. BİZİM ÇOK BÜYÜK DEĞERLERİMİZ VAR"
KUTNİA MARKASI KURUCUSU JÜLİDE KONUKOĞLU:
"KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLER YAPMALIYIZ"

GATHİB "DOKU KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI" İLE
TÜRK KUMAŞINI DÜNYAYA TANITACAK

GATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Fikret Kileci:
"Değişime ayak uydurmak zorundayız"
Dünyada her açıdan çok büyük yenilik ve değişimin yaşandığına, GAİB olarak bu değişime ayak uydurmaya çalıştıklarına dikkat çeken Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Fikret Kileci, "Bunu yaparken yapılanı yapmak istemiyoruz. Çok daha farklı çok daha katma değerli, ülkeye ve sektöre özellikle katma değer katacak ürünler çıkartmayı hedefliyoruz.

Diğer yarışmalardan en önemli farkımız; sanata saygı duyarken, aynı zamanda ticarileştirilebilecek tasarımları öne çıkararak üretime katmamız olacak. Birileri bir şey tasarlıyor ama onun üretimi çok zor ise endüstrileşmesi ve ticarileşmesi mümkün olmuyor. Bizim ilgilendiğimiz taraf sektöre ve bölgeye fayda sağlaması için farklı, yeni, değişik kumaşlar elde etmek. Bizim işimiz tekstil olduğu için tekstille ilgili konuşuyoruz. Bugün gıdada da aynısı geçerli, makinede de ambalajda da. Dünyada çok ciddi bir yenilik dalgası var, değişim var. Biz de buna ayak uydurmak zorundayız." ifadelerini kullandı.

Yarışmanın kaybedeni olmayacak

Konuşmasında yarışmanın şartları ve kapsamı hakkında da bilgiler veren Ahmet Fikret Kileci, "Yarışmaya katılacak arkadaşlar sitemize girip üye olarak tüm bilgilerini paylaşıyorlar. Şu anki üye sayısı 259. Bu çok önemli bir rakam. Bizim yapacağımız iş öncelikle bu gelen projelerin, kumaş tasarımlarının ticarileşmesinin önünü açmak olacak. Bir teknik bir de artistik jürimiz var. Öncelikle teknik jüri tasarımları ön elemeden geçirecek. Sonrasında o ürünlerin tamamı bizim portföyümüzde kalacak. Tasarım dereceye kalsın ya da kalmasın hiç önemli değil, üreticilerle tasarımcıları bir şekilde bir araya getireceğiz. 10 tane ürün finale kalmış olacak ama onun dışında çok daha fazla ürün çıkacak. Onları da üreticimizle bir araya getireceğiz. Bize göre bu yarışmanın kaybedeni olmayacak." dedi.



Projesi genç olan, ruhu genç olan herkese açık

Projesi genç olan, ruhu genç olan herkesin yarışmaya katılabileceğine işaret eden Ahmet Fikret Kileci, "Bizim için önemli olan inovatif projeler ve bu projelerin ülkeye sunacağı katma değer. Bunun dışında en önemli şartımız projenin bir başka yarışmada dereceye girmemiş olması. Gerçekten doğa dostu, çevreci, yenilikçi, sürdürülebilir ve sağlıklı üretim yapabileceğimiz bir ürün elde etmeyi hedefliyoruz. Yarışmamızın ana fikri bu. Biz bu işi yaparken en büyük kaynağımız, oluşturduğumuz ekibimiz. Gerek yönetim kurulundaki arkadaşlarımız gerek Birlik'teki arkadaşlarımızla çok çaba sarf ettik ve tüm paydaşlarımızla birlikte var gücümüzle çalışıyoruz" diye belirtti.

Moda Tasarımcısı Dilek Hanif: "İtalya'ya Fransa'ya gitmeye gerek yok. Bizim çok büyük değerlerimiz var"

Toplantıda 30 yıldır sektörde olduğunu, İtalyan, Fransız kumaşı kullandığını vurgulayarak Türkiye'deki değerlerin çok geç farkına vardığı öz eleştirisinde bulunan Moda Tasarımcısı Dilek Hanif, şunları söyledi: "2004'te Paris'te ilk yaptığımız defileden sonra İtalyan, Fransız kumaşlarının peşinden gidiyorduk. Oradan daha iyi sonuçlar aldığımızı düşündük. Kendi ülkeme bakmadığımı şu anda görüyorum. Hakikaten çok büyük değerlerimiz var. Gaziantep'in ise benim için ayrı bir heyecanı oldu. Kumaş elinizde farklı bir değere dönüşünce coşuyorsunuz. Türkiye tasarım konusunda çok ileri bir seviyede. Tasarımcı arkadaşlarımız var. Yurt dışına ihracatımız var. Biz tasarımlarımızı artık kendi ülkemizde ürettiğimiz kumaşlarla yapmalıyız. Zaten kullanıyoruz ama bunun daha ileri seviyelere gelmesi lazım. Gaziantep'te inanılmaz bir potansiyel var. İşin içine girdikçe bunu görüyorum. Dünyanın dört bir yanına malzeme ve iplik üreten tesislerimiz var. Bu tesislerle daha butik işler yaparak dünyada kumaşlarımızla söz sahibi olabiliriz. Türkiye gerçekten büyük bir hazine, bu hazineyi el birliğiyle değerlendirmeliyiz." dedi.







ANNELER GÜNÜ'NE ANLAM KATACAK HEDİYELER PAŞABAHÇE MAĞAZALARI'NDA

Paşabahçe Mağazaları, Anneler Günü'nde her zaman en iyisini hak eden kadınlara özel hediye alternatifleri sunuyor.

Paşabahçe Mağazaları; fincan setleri, aynalar, mumlar, kupalar, kutular ve resim çerçeveleri ile klasikten moderne her zevke hitap eden ürünleri ile sevdiklerine hediye almak isteyenlere ayrıcalıklar sunuyor. Üzerinde İstanbul'un simgelerinin yer aldığı Aquarelle İstanbul Fincan Seti, Kız Kulesi'nin resmedildiği Kız Kulesi Kupa Seti ve Çifte Kumrular Yansımaları Fincan Seti keyifli sohbetlere eşlik ederken, Mini Kare Ayna, Mini El Aynası, Mini Kalp Ayna, Minyatür Karolu Ayna ve İznik Çini Karolu Ayna ise diğer alternatifler arasında yer alıyor.

Altın Çiçek Kutu, Marsellie Kutu, Kız Kulesi Dekoratif Kutu, Beyoğlu Dekoratif Kutu, İznik Çini Karolu Kutu ve Nemrut Fortuna Kutu sevdiklerine hediye seçmek isteyenlere mükemmel alternatifler oluşturuyor.









Doğtaş Larina Oturma Grubuyla, Evlere Taze Bahar Esintisi Geliyor!

Doğtaş, yepyeni koleksiyonu Larina oturma grubu ve tamamlayıcı şık aksesuarlarıyla yaşam alanlarında fark yaratmaya hazır. İlhamını bahar renklerinden alan koleksiyon, modern hayat notalarını konfor ile buluşturuyor.

Ergonomik oturma konforu sağlayan bombeli sırt yapısı ve uyumlu minderleriyle rahatlığı ön planda tutan Larina koltuk ve köşe takımlarının zero-wall mekanizmalı yatak olma özelliği ise, yatılı misafirler için kolaylık sağlıyor.



Homend'de anneler için çok alternatif var

Homend'de Anneler Günü hediye alternatifleri Alex ile sınırlı değil. Yine Anneler Günü'ne özel fiyat avantajı ile Homend Pottoman Türk Kahvesi Makinesi annenizle sevgi dolu sohbetlerinize sıcacık duygular katacak. Pottoman, bu özel günde tüm anneler eşsiz lezzetteki Türk kahvesinin tadına varsın diye sadece 299,99 TL. Ayrıca Homend Mıxfresh Kişisel Blender, Homend Breadfast Ekmek Kızartma Makinesi ve Homend Coffeebreak Öğütücülü Fıltre Kahve Makınesi' de annenizi mutlu edecek farklı seçenekler arasında yer alıyor.



İstanbul'da 3000 metrekare üzerine showroom ve akademi açtı

Kütahya Porselen, COVİD-19 pandemisinin ekonomi üzerinde oluşturduğu baskıya rağmen yatırımlarına devam ediyor. Son olarak İstanbul İstoç'ta 3.000 metrekare net kullanım alanına sahip bir showroom açan marka, Cevizlibağ'da 1200 metrekare üzerinde hizmet veren mağazasını ise yeniledi. Türkiye genelinde toplam 22 mağaza ile hizmet veren Kütahya Porselen, İstoç'ta hizmete aldığı showroomda bir de akademi açtı ve yakında genç aşçı adaylarına eğitim workshopları düzenlemeye başlayacak.

Karaca Kültürel Mirasa Yatırım Yapmaya Devam Ediyor

Sofra, mutfak, küçük ev aletleri, dekorasyon ve ev tekstili alanında sektörün lider isimlerinden Karaca, Gaziantep'in tarihi zenginliğini ürünlerine taşıdı. Gaziantep Belediye Başkanı Fatma Şahin'in de katkılarıyla şekillenen proje ile Zeugma'nın simgesi, dünyaca ünlü "Çingene Kızı" mozaiği ve birçok farklı mozaik deseni kullanılarak özel bir seride hazırlandı.




HUAWEI Watch


HUAWEI Watch

BEYMEN CLUP



ADL



KOTON SKIRTLY YOURS STYLED BY MELİS AĞAZAT



KOMBİNASYON



1



2



BALMAIN_RESORT

6





3

OFİS ŞIKLIĞI

Çalışırken ne giymeliyim diye, düşünenler için markaların birbirinden şık kıyafetleri vitrinleri süslemeye başladı. Balenciaga tasarım imzası olan vatkalı kollarını, birçok tasarımcının koleksiyonunda görmek mümkün. Drapeli kollar, fırfırlı yakalar, geniş yakalar ve bebe yakalardan oluşan koleksiyonlarda birbirinden farklı modellerde seçenekler sunuluyor.



ALEXANDER MCQUEEN



4



5



PEOPLE BY FABRİKA

1-GIZIA 2-ALEXANDER MCQUEEN
3-ALEXANDER MCQUEEN 4-ETRO BEYMEN
5-VICTORIA BECKHAM 6-ALEXANDER WANG



1



6



BRUNELLO CUCİNELLİ



3

4





2



AYA MUSE

5



1-ISABEL MARANT 2-TOVE STUDIO 3-ISABEL MARANT 4-
5-VICTORIA BECKHAM 6- MARC JACOBS -Boyner 7- FABRİKA



1



2



3

4





YEŞİLÇAM ESİNTİLERİ

Yeşilçam filmlerinin konusu kadar kadın oyuncularının kıyafetleri de hayranlıkla izleniyordu. Moda da bu yıl, romantik Yeşilçam rüzgarları esiyor.



5



6



7



8

1-Gözlük ATASUN OPTİK 2- Parfüm HERMES
3- Çanta GIUSEPPE ZANOTTI 4- LENCO BEYMEN
5-Gömlek GIZIA 6- Küpe ALTINBAŞ
7- Ruj NARS 8- Elbise GIZIA



1





7

2





8

4



5



9





6



3

1-ETRO BEYMEN 2-LOEWE 3-AQUAZZURA 4-MAJE
5-DOLCE&GABBANA 6-LOEWE 7-AVON FAR AWAY
8-NEW ARRIVALS 9-ZADIG &VOLTAIRE

KOMBİNASYON



1



Dolce&Gabbana

2





4



5



7

MODA ÇİÇEK AÇTI



3



6

1-Bluz Gömlek GIZIA 2- SWAROSWKİ
3- Ayakkabı GIANVITO ROSSI 4- KOTON
5- Çanta BEYMEN CLUP 6- Elbise ADL 7-Pantolon GIZIA



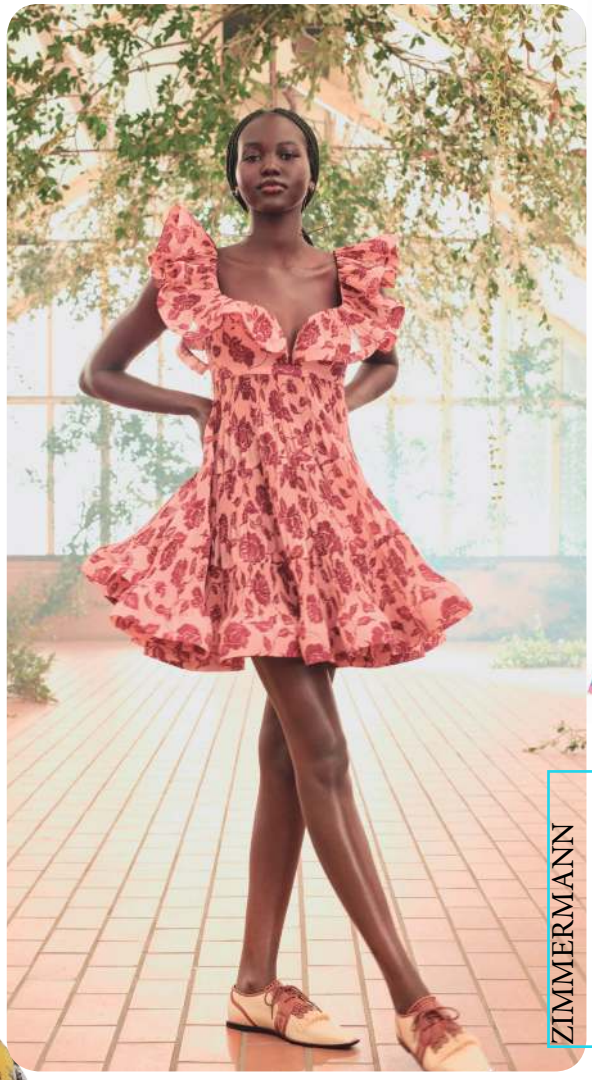
1



2



3



ZIMMERMANN



5



4



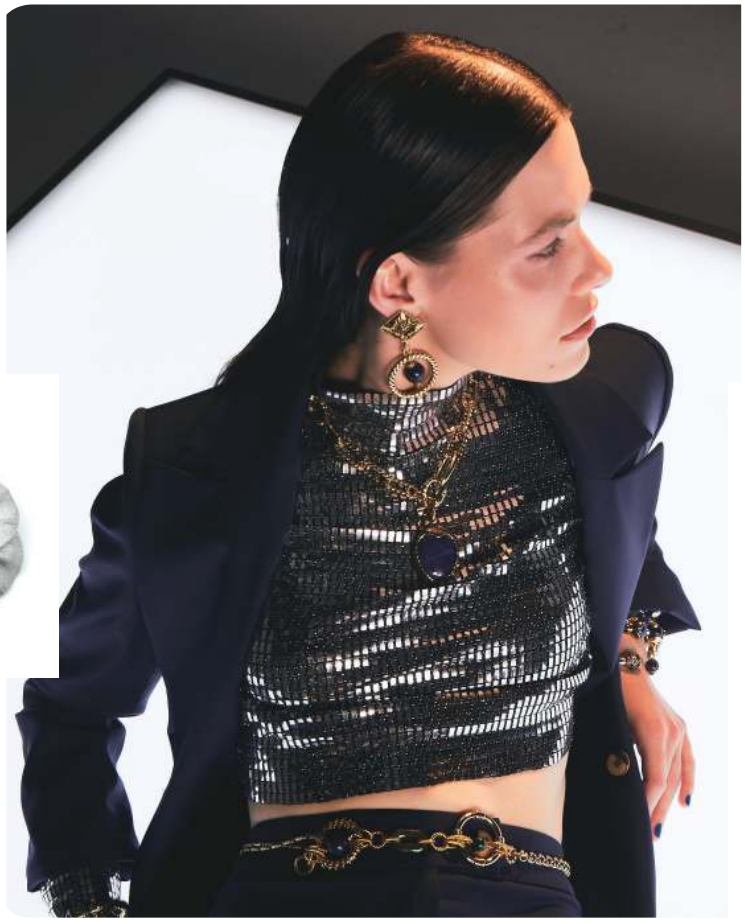
7



6

1-JOHANNA ORTIZ 2-BOTTEGA VENETA 3-ETRO
4-ERDEM 5-ZIMMERMANN 6-MAGDA BUTRYM
7-BALENCIAGA

GÖZ KAMAŞTIRAN IŞILTILAR


MON REVE


1


2


3


4


5


7


6


8

1- Bluz BEYMEN CLUP 2-Şort BOYNER
3- GIZIA 4- Ayakkabı SERGIO ROSSI
5- Elbise BEYMEN CLUP
6- Çanta NİNE WEST
7-Kolye SWAROSWKİ



1



RONNY KOBO



2



3

5





7

1-NEW ARRIVALS
2-DSQUARED2
3-PACO RABANNE
4-GIANVITO ROSSI
5-ALEXANDER MCQUEEN
6-ISABEL MARANT
7-NEW ARRIVALS



4



6

1





Dolce&Gabbana

3



2



4



SİYAH BEYAZ TUTUL MASI



SELF-PORTRAIT



ALEXANDER MCQUEEN



5

1-ALEXANDER WANG
2-ALEXANDER MCQUEEN
3-VICTORIA BECKHAM
4-DSQUARED2
5-ALEXANDER WANG



1

2



BALMAIN_RESORT

4



5



3





ISABEL MARANT



ALEXANDER MCQUEEN

1-MAGDA BUTRYM
2-DOLCE&GABBANA
3-NEW ARRIVALS
4-NEW ARRIVALS
5-ALEXANDER MCQUEEN

KOMBİNASYON



1



3-DOLCE&GABBANA



6

5



2



7



4



3

1-ALEXANDER WANG
2-ETRO_BEYMEN
3-DOLCE&GABBANA
4-ALEXANDER MCQUEEN
5-BALENCIAGA
6-JOHANNA ORTIZ
7-ISABEL MARANT
8-DSQUARED2



8



1



ALANUI_BEYMEN



4



2

5



KURTARICI JEANLAR

İlk kot pantolon 1873 yılında Levi Strauss tarafından üretildi. Gardırobumuzun vazgeçilmez parçalarından olan Jeanlar bu yıl birçok markanın defilesinde yine yer aldı. 40 yama şeklinde harmanlanmış şık Jeanlar Bu defa tutkunlarını farklı ve şık bir tasarımla karşılıyor.



3



6

1-JOHANNA ORTIZ
2-ISABEL MARANT
3-BALENCIAGA
4-NANUSHKA
5-ISABEL MARANT
6-ALEXANDER MCQUEEN


Levi's® Made & Crafted®

MODA&TREND HABER



Stilime Güveniyorum Diyorsanız:

Siz çekin, biz moda kombinasyon sayfalarımızda önerileriniz ile birlikte sizin adınıza paylaşalım.
Biz okuyucularımıza sizleri tanıtalım, sizinde böylece takipçileriniz artsın.
Kombinasyon yaptığınız resminizin uygun bir yerine yukarı bulunan "Moda & Trend Haber" logomuzu yerleştirerek,
info@modatrendhaber.com' a sosyal medya hesaplarınız ile birlikte iletişim bilgilerinizi yazarak gönderin.
Ve @modatrendhaber instagram hesabımızı takip ederek, en az 3 arkadaşınızı etiketleyerek, #modatrendhaber hashtag' i ile instagram hesabınızdan paylaşınız.
Sizden gelen en güzel stil ve kombinasyon önerilerini seçerek, "Moda" sayfalarımızda yayınlayacağız ve sosyal medyada sizi etiketleyerek paylaşacağız.

@modatrendhaber

@modatrendhaber

Kumaş, malzeme, eski parçalar, kullanılmış yüzeyler, bazen bir şerit, bir düğme çok fazla şey söyleyebiliyor.

Koleksiyonları hep bir hikaye anlatır, hayallere daldırır. Masallardaki prensesler gibi hisseder insan, "Özlem Süer House"-dan içeri bakınca. Marka olma yolunda 30 yılı ardında bırakan Sanatçı, ticari değil sanatsal bir çaba ile markasını bugünlere taşıdı, âdeta modaya adını altın harflerle yazdıran Moda Tasarımcısı "ÖZLEM SÜER" den bu yolculuğunu dinleyelim.



Özlem Süer'in imza stili drapaj tasarımlar diyebiliriz. Heykelsi formlar, özel materyaller, yarı değerli taşlar, beyaz ile siyah arası renk paleti, imza özellikler.

She's Mercedes, iz bırakan hikâyelerden yola çıkarak hayalleri olan kadınlarla bunları gerçeğe dönüştürmüş olanları bir araya getiren bir ilham platformudur." She's Mercedes odaklandığı dört ana kategorisinin birinde yer alıyorsunuz. Türkiye'nin En önemli Moda Tasarımcılarından birisiniz, Tasarımlarınızın hep bir hikayesi, Bir masalı var. Ve Moda Çekimleriniz ide de teatral bir dille kurguluyorsunuz. Tasarımlarınızda nelerden ilham alıyorsunuz?

Koleksiyonlar; yılda iki kere gelinlik koleksiyonu, yılda iki kere Prêt a coutureyine iki kez hazır giyim koleksiyonumuzu 6 büyük ve kapsül Koleksiyonlar olmak üzere çok sayıda tasarım üretiyoruz... İlham noktası bazen sinema, ağırlıkta seyahatler, okuduğum bir kitap, sahaflardan bir fotoğraf, tanıdığım bir insan, tarihe mal olmuş bir karakter... Hepsi olabiliyor. Kumaş, malzeme, eski parçalar, kullanılmış yüzeyler, bazen bir şerit, bir düğme çok fazla şey söyleyebiliyor.

Bu yıl ilk kez dijital olarak düzenlenen MBFWI sizde dijital olarak bir defile sundunuz. Sizce dijital defileler hedef kitlenize ulaşabilmenizde fiziki defilelere göre yeterli olabildi mi? Şöyle yapılırsa daha iyi olurdu dediğiniz bir tespitiniz oldu mu?

Türkiye'de ilk kez gerçekleşen dijital moda haftası, demokratik bir yeni dünya düzenine selam veren bir deneyim. Herkesin defileyi front rowdan izleyebildiği yeni bir konumlanma hali. Tarihe tanıklık ettiğimiz özel zamanlardan geçiyoruz. Dijitalin gelenekselden daha avantajlı olduğu nokta, defilenin zaman ve mekândan bağımsız olarak post-modern bir ulaşılabilirlik sunması.

Tasarımlarınızda bazen Neo romantik, Retro fütürist ve hatta avandgardizm izlerine rastlamak mümkün. Chanel' in markasıyla özleşen tüvit kumaşlardan yapılan ceketleri gibi veya Balenciaga' nın yüksek vatkalı ceketleri gibi Özlem Süer kadınında da olmasına dikkat ettiğiniz size özel detaylarınız ve olmasını istediğiniz renkleriniz var mıdır?

Özlem Süer'in imza stili drapaj tasarımlar diyebiliriz. Heykelsi formlar, özel materyaller, yarı değerli taşlar, beyaz ile siyah arası renk paleti, imza özellikler.

Koleksiyonlarınızda ipek, keten ve pamuk tercih ettiğiniz kumaş-

Yüzeylerde daha deneysel ve teknolojiye ait yeni dokular ve fonksiyonel etkiler göreceğiz. Renk kadar materyalde önem kazanacak. Tasarım mühendisliği öne çıkacak.



lar ile koleksiyonlarını ürettiklerini duyurdular. İklim değişikli, küresel ısınma derken "Sürdürebilirlik" kavramı git gide önem kazandı. Pamuk suyu seven bir bitkidir. Moda endüstrisinde pamuklu 1 Tişört üretimi için yaklaşık 2000 litre su harcanıyor. Pamuk elyafını elde etme aşamasından Pamuklu tişört e dönüştüğü ana kadar su tüketimi fazla oluyor. Sizce Sürdürülebilirlik anlayışı ile Sağlıklı organik ürünler üretebilir miyiz?

Moda olgusu hayatın her aslanında karşılık bulan bir olgu. Post pandemik süreçte, zaten etkisinde olduğumuz slow fashion ve sürdürülebilir tasarım akımlarını çok önemsiyorum. Adaptasyona dayalı bir süreçten geçerken kentli insanın tüketim hızını değil doğayı/eko sistemi merkezi alan bir perspektif seçmemiz şart gibi duruyor.

Pandemi döneminde sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle özellikle hafta sonları tam kapanma nedeniyle her sektörün etkilendiği gibi düğün sektörü de etkilendi. Pek çok davet organizasyonları iptal edildi. Sizin çalışmalarınızı bu durum nasıl etkilendi?

Herkes gibi biz de özel zamanlardan geçiyoruz. Davetlerin mevcut durumu bizi günlük alt markamız O-Day'i yaratmaya yöneltti. Hassasiyetimizin arttığı bu dönemde yalın ve yavaşlayan zamanların öyküsünü tasarımlara yansıtma çabası içindeyiz... Bu sürdürülebilir moda ilkesiyle hareket etmek bir iyilik hali arayışı ve sade yaşam mottosuyla ana fikrimiz oldu.

Post-Pandemi döneminde değişen eğilim olarak tüketici davranışlarının yeni kavramsal koleksiyonlar yaratma ihtiyacı bir güdü olarak süreç içinde hayatımızı yönlendirdi.

Tam anlamıyla tüketicilerin temel ihtiyaçlara yöneldikleri, önceliklerin değiştiği, çevrimiçi alışverişin arttığı,
iyilik halinin peşinde olunduğu, markaların kurumsal sosyal sorumluluk projelerine çok değer verdikleri, dijital platformların daha fazla kullanıldığı bir eğilim içindeyiz.

Uluslararası Renk ve Konsept Birliği Delegeleri arasında Türkiye'yi Ümit Önal ile temsil ediyorsunuz. 2020'yi Maddi ve manevi kayıpların çok olduğu bir yıl olarak geride bırakırken 2021' e umutlarımızı hayallerimizi yükledik. Her şeyin başı önce sağlık dedik, İnsanlar pozitif enerjiyi birbirine vermeye çalıştı, tasarımlara bile gökkuşakları resmedildi. Sizce pandemi döneminin modaya yansımaları nasıl olacak? 2021 İlkbahar-Yazın da bizi hangi renkler karşılayacak ve daha çok nasıl kıyafetler tercih edilecek?



Sadece güçlü bir koleksiyon değil aynı zamanda markayı yükseltecek satış/pazarlama stratejileri dönüm noktaları. markayı yükseltecek satış/pazarlama stratejileri dönüm noktaları.

Trendler yaşamla beraber değişen ve dönüşen parametreler olduğu için pandeminin direkt etkilerini gözlemek mümkün. Daha naturel ve ten tonları, kısaca tensel etkiler, sedefli yüzeyler, varla yok arası ışık oyunlarını yoğun olarak göreceğiz. Yüzeylerde daha deneysel ve teknolojiye ait yeni dokular ve fonksiyonel etkiler göreceğiz. Renk kadar materyalde önem kazanacak. Tasarım mühendisliği öne çıkacak.

Geçtiğimiz yıl sanatınızda 30. Yılınızı kutladınız. 2003 de "Özlem Süer" markasını oluşturdunuz ve 30 yıl boyunca Türkiye ve dünyada markanızı çok iyi konumlandırmayı başardınız. "Kalite detaylarda saklıdır." Bu anlamda tasarımcının kalıcı hale gelebilmesi için biraz da detaylara dikkat etmesi gerekir. Marka yolculuğunuzda sizi zorlayan veya başarmanızı sağlayan etkenler nelerdi? Genç tasarımcılara tavsiyeleriniz nelerdir acaba?

Marka yaşayan bir organizma ve heran nefes alarak yeni ihtiyaçlarla karşımıza çıkıyor. Dijital dönüşüme ayak uydurmak çok emek istiyor.
Koleksiyon hikayesiyle başlıyor, ardından tedarikler; kumaş tedariki, kalıplar uygulama, koleksiyon bitiminde fotoğraf çekimleri,

sürecin görüntülenmesi, ardından satış platformlarına ulaşırken ve online noktalarda bulunabilme yetisine ulaşırken bir yandan da teknik föylerinin hazırlanması bunların hepsi çok disiplin isteyen işler ve sürekli teknolojik olarak güncellenerek gitmeyi de gerektiriyor...

Sadece güçlü bir koleksiyon değil aynı zamanda markayı yükseltecek satış/pazarlama stratejileri dönüm noktaları. Şimdiye kadar iyi kararlar aldık ve uyguladık. Şimdi ise pandemi süreci ve sonrasına konsantreyiz. Çünkü belli ki nerede rahatlayacağı bilinemeyen başka bir yolculuk başladı.

Birbirinden farklı hayatlara sahip bir kadın olarak farklı alanlarda farklı projelerim var. Beni en heyecanlandıranı tekstil endüstrisini alan olarak belirleyen bir "proje pazarı".



Aslında tüm sohbetlerimde genç tasarımcılara hep aklımın bir köşesinde tutarak soruları yanıtlıyorum dolayısıyla röportajımızın tümünde ilham alabilecekleri güzel bir yaşam öyküsü var.

Çalışkanlığı ve kültürel birikimi çok önemsiyorum tüm bunların önünde iyi insan olmak değerleri olan toplumsal fayda odağını önemseyen bir birey olmak. Tasarımcı olarak sanat ve zanaat boyutunda varlık göstermek sürekliliği olan bir üretkenlikte olmakta son nokta diye düşünüyorum.

Gelecek projelerinizden biraz bahsedebilir misiniz? Geçmişte Baksı Müzesi için Yöresel Ehram dokumalarını kullanarak kapsül bir koleksiyon hazırlamıştınız, Tasarımlarınızdan elden edilen gelirde yöre kadınlarının dokumacılığı öğrenmesi, atölye yapımı için kullanılacak ve bununla da istihdamın attırılması amaçlanmıştı. Buna benzer Gelecek projeleriniz var mıdır?

Birbirinden farklı hayatlara sahip bir kadın olarak farklı alanlarda farklı projelerim var. Beni en heyecanlandıranı tekstil endüstrisini alan olarak belirleyen bir "proje pazarı".

TREND / RAPORU

BRUNELLO CUCİNELLİ

CULT GAIA



DOLCE & GABBANA



VAKKO Couture
Carolina Herrera







FARAWAY

DSQUARED2

ISABEL MARANT CULT GAIA CHLOE ALEXANDER MCQUEEN DOLCE&GABBANA













Zamansız tasarımları, XL görünümlü modelleri, abartılı fırfırları, kabarık bluzları, floral desenleri, parıltılı ışıltılı elbiseleri pek çok tasarımcının koleksiyonunda görmekteyiz. 1980 ve 1990 lı yılların havalı vatkalarını tişörtlerden gelinliklere kadar geniş bir yelpazede tüketicilerine sunulmaktadır.

Renklerde; Neon renkleri, siyah- beyaz birlikteliğini ve kırmızı-pembenin bir arada harmanlandığı batik desenleri elbiselerde görmekteyiz.

Fularlar yeniden moda oldu. İster boynunuza takıp aksesuar olarak kullanın, isterseniz de saç bandı olarak kullanabileceğiniz birbirinden şık modelleri pek çok markanın vitrininde bulabilirsiniz.

Patchwork diğer bir deyimi ile kırkyama çalışmasını Jeanslardan, elbiselere hatta aksesuarlarda bile görmeniz mümkün. Bizim favorimiz Dolce & Gabbana' nın tasarımlarında kullandığı Patchwork Jeans modelleri oldu.

Moda; bu yaz her zamankinden daha fazla doğaya duyduğu özlem ile her form ve tarz da rengarenk çiçek açtı.

AYA MUSE

FORTE COUTURE

Dolce&Gabbana























Beymen Dolce & Gabbana



Beymen Dolce & Gabbana

ETRO
































Beymen Etro


Beymen Zimmerman

ZIMMERMANN





















BALMAIN RESORT































Beymen Balmain Resort



Beymen Balmain Resort

TOM FORD














TOM FORD









JOHANNA ORTIZ





















RICK OWENS

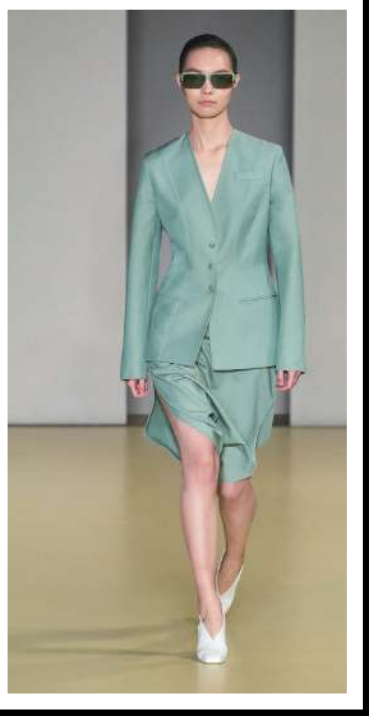
VICTORIA BECKHAM





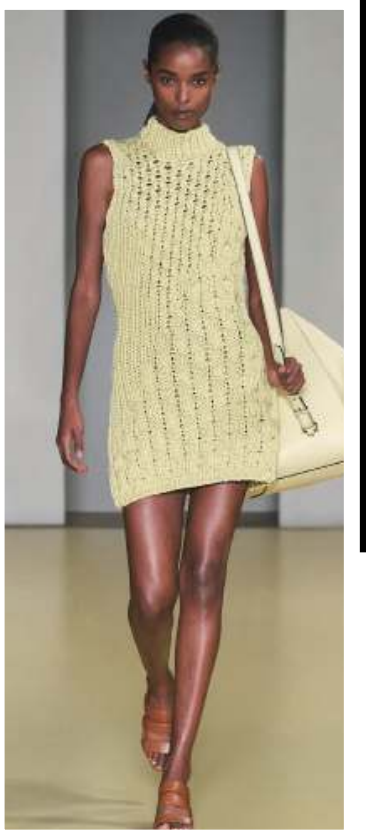


















SALVATORE FERRAGAMO





Aidan Mattox


Pronovias






















Adrianna Papell


Pronovias_Atelier

VAKKO Carolina Herrera











VAKKO Aidan Mattox












Pronovias
Atelier


Pronovias_Atelier

TİM Başkan Vekili, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı, Talu Tekstil firmasının kurucu ortağı ve yönetim kurulu başkanı

New York FIT Sanayi Danışma Kurulu Üyesi Mustafa GÜLTEPE

İlk sayımızın "Sektör Röportaj" bölümü için olmazsa olmaz dediğimiz Sayın Gültepe, 25 yıldır hazır giyim sektöründe, yol gösterici, müteyazi, yardımsever, girişimci bir iş insanı. Gültepe, Firmalara, sektör işbirlikçilerine, sektörün gelişimi adına önemli bilgiler paylaştı.



Amacımız Türkiye' deki hazır giyimi tanıtmak.

Bence AR-GE Merkezlerimizde imkân ve olanaklar var, öğrenciler doğru kanalları kullanarak ulaşabilirler. "Tercihim tekstil ve Deri mühendisliği projesi" Hazır giyim, tekstil ve deri birlikleri olarak Türkiye Cumhuriyet tarihinde üniversite ve sanayii iş birliklerinde yapılan tek çalışmadır.

ABD'nin önde gelen moda akademilerinden New York Fashion Institute of Technology'de (FIT), Sanayi Danışma Kurulu Üyesi oldunuz. Oradaki çalışmalardan bize biraz bahsedebilir misiniz, Hazır Giyim Sektöründe FIT te olan bize henüz gelmemiş veya gelecek olan ne gibi yenilikler var?

FIT ile iş birliğine daha çok yeni başladık. Özellikle eğitimsel anlamda iş birliği yapacağız. Amacımız Türkiye'deki hazır giyimi tanıtmak. Hem Teknik açıdan hem de teknolojik olarak. Özellikle Türkiye'nin Hazır giyimi tanıtılması konusunda iş birliklerimiz olacak. Belki oradaki öğrencileri Türkiye'ye çağırıp Türkiye'deki Hazır giyimi anlatma imkânımız olacak. Ya da onların derslerine girerek Türkiye'deki hazır giyimin gücünü, farklılığını, tasarım gücünü anlatarak Türkiye'ye pozitif bakmaları yönünde iş birliğimiz olacak.

Tercihim Tekstil-Deri Mühendisliği Projenizde, Bu bölümleri tercih yapan öğrencilere finansal bir destek sağlayarak burs veriyorsunuz. Başarılı öğrenmeye açık, merak eden öğrenciler için, bir Silikon Vadisi gibi gençlerin fikir üretip hayata geçirebilecekleri bir AR-GE Merkezini sektör oluşturabilir mi?

İnovatif Fikir yarışmasını 54 Meslek Liseleri arasında yaptık. Aynı şekilde TİM in de bütün sektörlere bu tarz çalışmaları var. İMA'nın öğrencileri bir araya gelerek çok büyük bir çalışma ile TİM bu çalışmalara olanak sağlıyor. Çok farklı fikirler çıkıyor. Ve o proje fikirlerini TİM e gelip sunuyorlar. Hem staj imkânı Hem de AR-GE kapsamında, üniversitelerin kendi bünyelerinde kurdukları AR-GE merkezleri ve büyük şirketlerin kendi bünyelerinde kurduğumuz AR-GE merkezlerinde gerek üretim anlamında gerekse de perakende anlamında çeşitli çalışmaları öğrenciler kesinlikle yapabilirler. Büyük şirketlerin çoğunda AR-GE merkezleri var. TİM'in düzenlediği yılda 1 yapılan ve 1 hafta süren Sayın Cumhurbaşkanımızın ve bakanlarımızın da açılışına katıldığı her sektörden fikirlerin, sunulduğu bir platform. Çok rahat bir şekilde üniversiteler katılabiliyor. AR-GE departmanlarında yapmış oldukları inovatif fikirleri burada sunma ve teşhir etme imkanları oluyor. Bence imkân ve olanaklar var, öğrenciler doğru kanalları kullanarak ulaşabilirler. Marmara ve İstanbul Teknik Üniversitesiyle iş birliklerimiz var. İTA adında tekstil araştırma merkezimiz vardı. Avrupa Birliği hibe destekli biz onu üniversiteye verdik. Şu anda kurmuş oldukları Ar-Ge merkezinde faaliyete geçecek.

Önemli olan Türkiye'nin bütünlüğü ile beraber katma değerli ürünü satmak. Hazır giyim ve tekstil sektörü birbirinden ayrılmaz bir parçadır. Bence bunların birleşmesi gerekir. Çünkü biri olmadan diğerinin olma şansı yok.

Her türlü araştırma ve geliştirme yapabilecekler.
"Tercihim tekstil ve Deri mühendisliği projesi" Hazır giyim, tekstil ve deri birlikleri olarak Türkiye Cumhuriyet tarihinde üniversite ve sanayii iş birliklerinde yapılan tek çalışmadır. Burs programı kapsamında doluluk oranları %40 seviyelerinden %90 ın üzerine çıkardık. Biz bu öğrencilerle Senede 1 defa bir araya gelerek söyleşi yapıyoruz. Onları dinliyoruz.



Tekstil ve ilgili sektör bölümlerinde okuyan ve staj yapmış öğrenciler, mezun olduktan sonra sektörde işe başlarken bir adaptasyon sorunu yaşayabiliyorlar. Her firmada maalesef ki bir oryantasyon programı olmayabiliyor. Öğrenciler ne gibi girişimlerle bu sorunu çözebilirler? Onlara tavsiyeleriniz nelerdir?

7+1 in yani yarım dönemini tamamen işletmelerde yapmaları gerekiyor. Bu şekilde adaptasyon sorununu çözebilirler.
Meslek Lisesin de yetişen teknik elemanların daha nitelikli olabilmeleri için İHKİB in kurmuş olduğu bir eğitim vakfı var ve buna bağlı 6-7 tane okul var. Bunların her türlü eğitimsel ve donanım ihtiyaçlarını karşılamaya çalışıyoruz. Bir işletmede mühendis ve yöneticiye ihtiyaç duyduğumuz kadar, orta kademe dediğimiz teknik elemanların da daha nitelikli olabilmeleri için sektör olarak destek sağlıyoruz. İyi bir yerde Staj yapabilmeleri konusunda yardımcı oluyoruz.

Pandemi öncesi dönemde Dünya Tekstil ve Hazır Giyim tedarikinin önemli bir bölümü Çin den karşılanırken, Pandemi sonrasında bu tedarik Bangladeş'e ve Türkiye'nin Coğrafi konumu Avrupa ülkelerine yakın olması dolayısıyla Türkiye ye kaydı. İzmir-İspanya Tarragona seferinin başlamasının transit sürelerini etkilediği, Daha hızlı sevkiyat sayesinde Türkiye'den ihracatın artacağı öngörülüyor, Eskiden İpekyolu güzergahı vardı, Daha sistematik bir şekilde Hazır Giyim ve Tekstil firmaları bir araya getirilerek tekrar böyle bir tedarik güzergahı oluşur mu acaba?
Türkiye'de şu anda oluşan ortam bu kapsamda sıkıntılı. Dalgalı. Bir Bangladeş veya Çin gibi değiliz. Buna rağmen pandemi sürecinden güçlü çıktık. Dijital dönüşüm alt yapısı olan veya hızlı dönüşüme ayak uyduran firmalar çıktı. Dijital dönüşümü sağlayamayanlar da maalesef ki batılar. Topshop online satışları olmadıkları için bu süreçte başarılı olamadılar. Biz %3,2 ile 2020 yılını kapattık. Dünyada Türkiye güvenli bir liman olduğu için temiz, sağlıklı mal olduğu için ve örme konusunda spor ve relaks giyimde çok güçlü olduğumuz için Türkiye'ye doğru alımlar kaydı. Bizim sektörde çok hızlı cevap verdi.2021 yılına bence kayıpsız geçtik diyebilirim.

"Ülkemizin elyaf iplik gibi hammadde ihracatını arttırması tehlikeli bir gelişme" diye açıkladınız. İlk defa Çin' e Pakistan' a elyaf satmaya başladık. Elyaf ve iplik ihracatının artması neden tehlikeli? Bizim Hazır giyim ve Tekstilci Firmalarımıza yeteri kadar ve ihracatını yapacak kadar hammadde üretimimiz yok mu dur? Hazır giyimciler hammadde tedarikinde bir problem mi yaşıyor?
Tekstilin bu noktaya gelmesinde hazır giyimin çok büyük bir payı var. Çünkü katma değerli ürün satıyoruz. 18$ a. Önemli olan Türkiye'nin bütünlüğü ile beraber katma değerli ürünü satmak. Hazır giyim ve tekstil sektörü birbirinden ayrılmaz bir parçadır. Bence bunların birleşmesi gerekir. Çünkü biri olmadan diğerinin olma şansı yok. Türkiye'nin üretim gücüne talep var. İlk başta konfeksiyonla başladı, konfeksiyon talepleri üzerine iplik ve hammadde yatırımları ve entegrasyonları yapıldı. Tabii ki ihracatı arttıralım fakat hazır giyim ihracatı Türkiye'de 18 milyar $ a yakın. Bunun 16 milyar $ net ihracat değeri. Çünkü Pamukta yapılan ithalat Türkiye'deki üretim 500-600 bin ton civarında kullanılan miktar 1,5-1,6 milyon ton civarında.



Dolayısıyla 1 milyon ton Türkiye ithal etmek durumunda. Hammadde ithalatı yapıyoruz. Türkiye'de ipliğe çeviriyoruz. Daha sonra kumaş sonra örgü yapılarak kullanılıyor. Şu anda Türkiye'den konfeksiyon olarak talepler var, ama dünyadaki fiyatlar %25 $ bazında arttığı noktada Türkiye'deki fiyatlar %40 civarında. Bizim itirazımız bu konudadır. Türkiye pamuğu ihracat yapıyor biz pamuğu ithalat yapıyoruz. Ve iplik firmalarını korumak adına iplikte gümrük vergisi var. Ve ipliğin ihracatını yapıyorsunuz. Bugüne kadar tekstilin ihracat yapmadığı ülkelere ihracata başladılar. Çin ve Bangladeş. Bunun geçici bir rant olduğunu düşünüyorum. Normalleşmeye döndüğümüzde ihracatta yine aynı rakamları yakalama şansları yok. Buradaki denklemi iyi kurmak lazım. Hazır giyimin en büyük gücü hızlı olmak, hızımızı kesiyorlar.
Hazır giyimde çalışan 600 bin işçi var. Bu dönemlerde firmaların termin süresi uzadığında rekabet gücünü kaybedecektir. Bu özelliğimizi kaybedersek zaten %15 pahalıya aldıkları ürünü neden Türkiye'den alsınlar ki.

Son zamanlarda iklimlerdeki değişmeler, kuraklık, küresel ısınma sorunları markaları sürdürülebilirlik konusunda daha duyarlı üretim yapmalarına yöneltti. Çünkü daha yaşanabilir dünya için, üretim esansında çevreye verdiğimiz zararları kaldırıp yerine daha çevreci bir üretim sistemi geliştirmek lazım. Kaynakları doğru kullanmak gerekiyor. Pamuk üretimi sırasında çok su tüketen bir elyaf bitkisi, sürdürülebilirlik açısından baktığımızda da üretimine ve tüketimine çok daha dikkat etmek gerekmiyor mu?
Kesinlikle katılıyorum.

Tommy Hilfiger Denim sektöründe dönüştürücü değişime öncülük ediyor. %100 geri dönüştürülmüş pamuklu malzeme kullanarak yüksek ölçekli üretim yapan bir şirket oldu. 2 milyon adetten fazla, daha düşük çevresel etkili denim üretiyor. Çalışanların %80' i döngüsel tasarım ilkeleri konusunda eğitim alıyor. Sürdürülebilirlik kapsamında İHKİB' in başlattığı IPA 3 Projenizden biraz bahsedebilir misiniz?
IPA 3 den önce bizim IPA 2 Projemiz var. Tasarımdan üretime hazır giyim sektörünün dijitalleşmesi. Bunu da uygulama merkezimiz var. Yaklaşık önümüzdeki 2 ay içerisinde sektörün hizmetine sunacağız. Tamamen tasarımdan üretime kadar olan bütün operasyonların dijital ortamda ve dijital sunabileceğimiz bir uygulama merkezi olacak. Bunu da Avrupa birliğinden aldığımız 10,4 milyon Euro lük ile IPA 2 projesini sektörün hizmetine sunacağız.
IPA 3 projesi için de sadece hazır giyim değil, hazır giyim, tekstil, kimya ve lojistik sektörünün beraberce ortaklaştığı TİM liderliğinde yapılan bir çalışma. Burada tamamen önümüzdeki dönemlerde üretme esnasında çevreye vermiş olduğumuz, zararlardan Carbon ayak izinin ölçülmesi, denetlenmesi ve aşağıya doğru minimize edilmesi için ortaya koymuş olduğumuz farkındalığı firmalara yaşatacağımız bir çalışma. 10 milyon Euro lük bu projeyle firmalarımızla beraber daha yaşanılabilir bir dünya için mücadele etmeliyiz. Gelecek nesillere daha güzel, doğal yaşanabilir bir dünya bırakmak görevimizdir.

Geri dönüştürülmüş malzemeden üretim yapmak daha pahalıya mal olabiliyor. Burada fiyat rekabeti sağlamak biraz zor görünüyor. Buna göre Sürdürülebilir ürünlere talep artacak mı ? Hızlı Tüketim ürünlerine alışmış bir ülke olarak, sizce Hazır Giyim sektörüne etkileri ne yönde olabilir?
Yeni gelen kuşaklar daha duyarlı ve daha hassas geliyorlar. Sosyal medya hesaplarıyla birbirlerinden çok çabuk etkileşime geçiyorlar. Doğaya en az zarar verecek insan sağlığına daha sağlıklı elyaflar la üretilmiş giysileri tercih etme konusunda hassas davranacaklar.
Geri dönüşüm için kullanılmış ürünlerin tekrar ayıklanarak, tekrar iplik olarak kullanılması ve onların tüketimi ile ilgili talep bence daha fazla gelecek. Fakat Arz' ıda ona göre hazırlamamız lazım. En büyük endişem arz' ın buna göre hazır olmaması. Bütün dünyada bu arz organize edilmesi lazım. Yeterince arz yakalayamadığımız takdirde

Firmalarımız bir "CAN SUYU" kredisi bekliyor, böyle bir kredi olursa herkese bir motivasyon sağlayacaktır.

organik ürünlerden yapılan giysilerin daha pahalı olması söz konusu olabilir.

11. kalkınma planı dahilinde Türkiye de Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Sektöründe moda tasarımı ile markalaşma odaklı lider ülkelerden biri olması yer aldı. Pandemi döneminde hazır giyim sektöründe dünyaya göre çok az zararla atlatıyoruz. Çünkü konfeksiyon alt yapılarımız güçlüydü. Almanya da bu yatırımlarına başladı. Medikal tekstil üretiminde biz bize yettik. Sektör, sizlerin devlet yetkilileriyle yaptığı görüşmelerdeki üstün çabaları ile hızlı refleks aldı. Türkiye'nin güçlü bir konfeksiyon alt yapısı varken, biz birçok dünya markasının fason üretimini de yapıyorsak, Türkiye'den bir dünya markası çıkarmayı Başarabilir miyiz? Sizce markalaşmada dikkat edilmesi gereken en kritik noktalar nelerdir?

Türkiye'deki Hazır giyim de markalaşma ve marka yok derken biraz haksızlık etmiş oluruz. Çünkü Türkiye'de gerçekten potansiyel Dünyaya aday olabilecek birkaç markamız var. Ama biz bu markalaşma işine çok geç başladık. Örnek verecek olursak LC Waikiki bu kapsamda hem ciroda hem mağazada hem de ortaya çıkardığı performanslarda tanına bilirlikte bulunduğu ülkelerde çok başarılı bir marka. Avrupa'daki birçok markalardan daha başarılı bir durumda. Markalaşmaya İngiltere'nin, Almanya'nın ve Fransa'nın 1700-1800 yıllarında başladığı, bizde ise 1990 yılarında başlayan bir sektör söz konusu. Türkiye'de ekonomik istikrarın çok sürekli olmamasından kaynaklı olan durumlarda vardı. 1990'dan sonra biraz istikrarlı olmaya başladı. 20 yıl önce Türkiye'nin ihracatı bu zamanın yarısı kadar bile değildi. Bazı noktalarda zamana, yatırıma ve istikrara ihtiyaç var. Şu anda iç piyasaya bakınca Türkiye'nin ihtiyacını karşılayan %80 Türk markası var. Çoğunun yurt dışında özellikle çevre ülkelerde mağazaları var. Biz hazır giyim olarak 2500'e yakın markalarımızın diğer ülkelerde mağazaları var. Bu tabii son 15 yılın ürünüdür. 2030-2050 yıllarına kadar Türkiye'den 3-5 marka dünya standartlarında çıkacaktır.



O güç markalarımızda var. Bunu başarabilmek için Dünyanın konjonktürünün nereye gittiğini iyi izlemeleri lazım. Dünyadaki diğer markaların organik, sürdürülebilirlik, geri dönüşüm, yeşil fabrika ve müşteriye verdikleri kurumsallık konusunda değişmeleri değişiklikleri takip etmeleri gerekiyor.

Pandemi döneminde internet alışverişlerinde fazlasıyla bir artış oldu. Biranda firmalar dijitalleşmek için dijital alt yapılarını güçlendirmeye başladı. Defileler fuarlar dijital olarak yapıldı. Hazır giyim firmaları bu fuarlara yeterli katılımı sağlıyor mu? Dijital fuarlar ile istenilen satış hedeflerine ulaşabiliyorlar mı?

Dünya yeni bir yaşam şekline geçti. Dünyada oynanan ekonomist savaşlar var. Teknolojinin gelişmesiyle yaşam ve ticaret şekilleri gelişti. Teknolojik şirketleri değişim dönüşümü sağlamaya başladılar. Hazır giyim olarak biz İstanbul Moda haftasını dijital yaptık. Pandemi öncesinde fuarları dijital deneyelim mi diye düşünürken pandemiyle biranda kendimizi dijital fuar ve defilelerin içinde bulduk. 10 yıl süresinde geleceğimiz noktaya sektörümüz olarak 1 yıl içinde geldik. Fiziki fuarlar tam olarak hissedilemese de dünyanın geldiği bir mecburiyet söz konusu olunca bu sistemle çalışmalara devam ettik. Tam bir sanal fuar platformu Türkiye'de tam olarak oluşmadı. Dijital fuarları teknolojik iş birliklerini geliştirerek ilerletebiliriz. Bundan sonra hem teknolojik hem fiziksel fuarlar karşımıza çıkacak. Fuarlara katılamayanların dijitalden izleyebilme şansları olacak.

İhracat destekleri sizce yeterli mi? Hazır Giyim sektörü devletten ne gibi teşvik ve destekler bekliyor?

Kısa çalışma ödeneği çok hızlı çıktı. Bu kadar hızlı çıkabileceğini bizde tahmin etmiyorduk. Buradan sayın Cumhurbaşkanımıza da teşekkür etmek isterim. 1 yıldan beri devam ediyor. Bu konuda devletin imkânları da belli. Bu firmaları ve çalışanları rahatlattı. Çalışan işini kaybetmedi firmalarda işçilerini burada belki 3 ay ötelenen SGK lar affedile bilinirdi. Kimse çalışmadı. Henüz Avrupa açılmadı. Kısa süreli çalışma ödeneği 2-3 ay daha özellikle hazır giyim açısından sürdürülebilse çok faydalı olurdu. Eximbank kredileri biraz daha arttırılabilirdi. Biraz daha teminatsız kredi verile bilinirdi. Firmalarımız bir can suyu kredisi bekliyor, böyle bir kredi olursa herkese bir motivasyon sağlayacağına inanıyorum.

SEKTÖR SORUNLARI/ ÇÖZÜM ÖNERİSİ



TİM Başkan Vekili, İHKİB Başkanı, New York FIT Sanayi Danışma Kurulu Üyesi
Mustafa GÜLTEPE

Hazır Giyim sektöründe tespit ettiğiniz en önemli problem nedir? Bu probleme çözüm önerileriniz nelerdir acaba?

İnsanların ekonomik olarak önünü net şekilde görememesi kurların aşağı ve yukarı dalgalı olması, işletme sahiplerinin yapacak oldukları kararları etkiliyor. Bu sadece hazır giyim değil tüm sektörlerin Türkiye'deki sorunu.

Çözüm:
Enflasyon oranında kurun ihracatçıyı desteklemesi gerekiyor. Pazardaki fiyat rekabetini sağlayabilmemiz için, belki ihracatçılara ayrı bir kur netleme sistemi uygulanabilir.
5. ve 6. Bölge Teşvikleri firmaları daha sistemli hale getirdi.
Bütün merkezde olan firmaların 6. bölgede yatırım yapması gerektiğini düşünüyorum.
Firmaların ayakta kalabilmeleri için sektörü yakından takip ederek kendilerini yenilemeleri lazım.

Prof.Dr. MİNE BİRET TAVMAN ERTUĞRUL
MÜGSF Tekstil Bölümü Bölüm Başkanı



Bir öğretim üyesi olarak sektöre bu açıdan baktığımda tekstil tasarımının ve markalaşmanın gün geçtikçe önem kazandığını ve sürdürülebilir ürünlerin öneminin tekstil alanında da çok hızla artığını, sektörün bu ihtiyaçlara yönelik çalışmaları hızlandırması ve önem vermesi gerektiğini söyleyebilirim. Tabi burada tasarım ve teknik konularda ar ge çalışmalarının önemi tartışılmaz. Üniversite ve sanayi iş birliklerinin tasarım ve teknik anlamda katma değerli ürün geliştirme konusunda bu alana önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum.



TRİSAD Yön.Kur.Bşk.Yrd.,
İSO 19.Triko Giyim Sanayii Meclis Üyesi
M.Metin AKYÜZ

Öncelikle her sektörde olduğu gibi bizimde problemlerimiz ,çözülmesi gereken sorunlarımız vardır. Eğitim tüm sektörlerin ve tüm kurumlarımızın en öncelikli sorunu, bu manada bizde sektör olarak eğitim kurumumuza sağladığımız eğitim kalitesini nasıl yukarılara taşıyabilir,sektörle öğrencilerimizi bir arada nasıl harmanlayabilir ve değerler çıkartabiliriz bunun yoğun mesaisi içersindeyiz.
2020 yılı triko ihracatımız bir önceki yıla göre %4 civarı düşmeyle 2 milyar$ düzeyinde olmuştur,pandemi koşullarını göz önünde bulundursak bunun önemli bir başarı olduğunu düşünüyoruz ,katkı sağlayan tüm sektör kahramanlarımıza teşekkür ediyoruz.
Hazır giyim sektör ihracatımızın %12 sini triko ihracatının karşıladığınıda ifade etmek isterim.
2021 yılı için son 3,4 aydır yaşadığımız hammadde fiyat artışları ve iplik fabrikalarının kapasite küçültmeleri ile ilgili sıkıntıların bu yıl hedeflerimizi olumsuz etkileyeceğine yönelik kaygılar taşıyoruz,bu yönde üst kurumlarımızın ve devletimizin radikal kararlar alıp,çözümler üretip hazır giyim sektörünün önünü açmasının hayati bir önem taşıdığını düşünüyorum,
Bu çerçevede temennim 2021 yılı tüm sektörlere pandemiden uzak önemli hedeflere ulaştırabilecekleri bir yıl olsun ,
Saygılarımla


Vakko Berta


Pronovias_Atelier

OLEG CASSİNİ



OLEG CASSİNİ




















Pronovias_Atelier


Vakko Galia Lahav













VAKKO WEDDİNG Inbal Dror



Vakko Inbal Dror


Vakko Inbal Dror



Vakko Galia Lahav


Beymen Melissa Odabash


Pronovias_Atelier


Vakko Galia Lahav

TAKTAKIŞTIR



10



1



4



9



2



5



3



6



8



7

1-Kolye BATYA KEBUDİ BEYMEN 2- Kolye ZEN DİAMOND
3- Kolye BLUE DİAMOND 4-Kolye ARİŞ PIRLANTA
5- Kolye ARİŞ PIRLANTA 6- Küpe BEGUM KHAN BEYMEN
7-Bileklik ZEN DİAMOND 8- Küpe ALTINBAŞ
9- Kolye SO CHIC 10-ATASAY



TAŞLARDAN GELEN ENERJİ

Takı, ilk çağlardan günümüze süslenme içgüdüsüyle çeşitli malzemelerden yapılarak kullanılmıştır. Doğal taşlardan yapılan takıların, taşlarının yaydığı olumlu enerjiden dolayı daha çok tercih edilmektedir. Takılarda mercan, ametis, ay taşı, topars ve kuvars gibi doğal taşlar kullanılmaktadır.

Takı markaları altın ve mücevherleri doğal taşlar ile birlikte kombinleyerek, kadın ve erkeklerin zevklerine hitap edebilecek tasarımlar hazırladılar. Birbirinden şık bu tasarımları ister kendinize alın, isterseniz de sevdiklerinize veya anneler günü için annenize bir hediye alarak tüm gönülleri fethedebilirsiniz.

Moda Editörü Semra Anamur
Moda Editörü Asistanı Sibel Uğur
Fotoğrof :Cengiz Uğur
Kuaför: Mos Hilside/Trio
Özgür Akagün
Makyöz Mos Hilside
Özlem Şahmo
Manken: Flash Ajans

TAŞLARDAN GELEN ENERJİ



1



2



3

4



5



6



7



8

1-Küpe MON REVE 2-Yüzük ZEN DİAMOND 3-Kolye So CHIC 4-Kolye MON REVE
5-Kolyeler ALTINBAŞ 6-Yüzük BLU DİAMOND 7-Yüzük So CHIC 8-Bileklik MON REVE



1



9



2



5



6



3



4



7



8

1- Kolye ALTINBAŞ 2-Kolye SWAROSWKİ 3-Küpe ALTINBAŞ
4- Küpe NİNON BEYMEN 5-Küpe ALTINBAŞ 6-Yüzük ZEN DİAMOND
7- Kolye ARİŞ 8- Yüzük BLU DİAMOND 9-ATASAY



10



1

2



3

ZARİF DOKUNUŞLAR



4



9



5



8



7



1-Kolye **ALTINBAŞ 2**-Küpe **ALTINBAŞ** 3- Kolye **BLU DİAMOND**
4-Küpe **ZEN DİAMOND** 5-Yüzük **SO CHIC** 6-Yüzük **SWAROSWKİ**
7- Bilezik **ZEN DİAMOND** 8-Küpe **ALTINBAŞ** 9- Kolye **ARİŞ**
10-Kolye **SWAROSWKİ**





1


13

2


3


4

9


5


6


7

ETNİK DETAYLAR



8


12


10

11

1-Küpe **MON REVE** *2-Kolye* **SWAROSWKİ** *3- Kolye* **ZEN DİAMOND**
4-Küpe **ZEN DİAMOND** *5- Kolye* **SO CHIC** *6- Kolye* **ZEN DİAMOND**
7-Kolye **MON REVE** *8- Bileklik* **ALTINBAŞ** *9- Kolye* **ARİŞ** *10- Küpe* **PERACAS BEYMEN**
11-Kolye **BLU DİAMOND** *12-Bileklik* **SWAROSWKİ** 13-**ATASAY**

FASHION WEEK ISTANBUL'UN İLK GÜNÜ ETKİLEYİCİ ŞOVLARA SAHNE OLDU

Moda sektörünün profesyonellerini Türkiye sınırlarının dışına taşıyan Fashion Week Istanbul, etkileyici şovlarla 13 Nisan' da açılışını yaptı.

Dijital olarak gerçekleşen ve 16 Nisan Cuma günü sona eren Fashion Week Istanbul, büyüleyici ve etkileyici showları ile modaseverlerden tam not aldı.
www.fashionweek.istanbul üzerinden takip edilen, İstanbul'un evrensel ve birleştirici yönünden ilham alarak çok sesli bir atmosfer sunan Fashion Week Istanbul'un açılış konuşması; T.C. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe tarafından gerçekleştirildi.

Fashion Week Istanbul ilk gününde podyumu, İstanbul Moda Akademisi tasarımcılarından oluşan 'New Gen by İMA' defilesiyle açtı. Defilede; Aycan Hakalmaz, Avishan Daneshfar, Beyza Eyüboğlu, Essin Barış, Ezgi Yıldırım'a ait koleksiyonlar tanıtıldı.

İkinci şova ev sahipliği yapan Mehmet Emiroğlu, ilhamını 'dair' edatından alan koleksiyonunu sahneye taşıdı. Yeni sezon tasarımlarında ilhamını saklanmadan, korkusuzca yaşayan kadınlardan alan Ceren Ocak ise, özgür ve stiline güvenen kadınların tarzına bir kez daha ışık tuttu. Koleksiyonunda lokal değerlere atıfta bulunan Niyazi Erdoğan, bu kez Baştayyareci Vecihi Hürkuş'tan ilham aldığı koleksiyonu modaseverlerin beğenisine sundu.

İlhamını Art Nouveau akımından alan ve Nedret & Yasemin Taciroğlu tarafından hazırlanan Nedo by Nedret Taciroğlu DEMI-COUTURE koleksiyonu, dönemin çizgilerinin günümüze uyarlandığı modern parçalarla karşımıza çıktı. TAGG markasının kurucusu Gökay Gündoğdu, FWI kapsamında sergilediği koleksiyonda, "flanöz" kavramından ilhamla sokak modasına yepyeni bir soluk getirdi.

LUG VON SIGA'nın kurucusu ve kreatif direktörü Gül Ağış'ın Analog Diaries adlı koleksiyonu da yeni dönemde keşfedilen yeni duyguların bir tür özeti olarak karşımıza çıktı. Fashion Week Istanbul'un ilk gününün son şovunda ise modaseverlerin karşısına DICE KAYEK koleksiyonu çıktı. Koleksiyonun filmine; Candan Erçetin, Burak Hakkı, Rafael Cemo Çetin, Yaz Yüceil, Ahu Yağtu, Hatice Aslan ve Selma Ergeç eşlik etti.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) organizasyonuyla düzenlenen FWI; T.C. Ticaret Bakanlığı öncülüğünde Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) nezdinde kurulmuş olan Türkiye Tanıtım Grubu (TTG) tarafından desteklenmekte ve Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ile İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliğinde yürütülmektedir.

13 APRIL
TUESDAY

FWI schedule
DIGITAL
SHOWCASE

12:00
NEW GEN
12:15
MEHMET EMİROĞLU
12:30
CEREN OCAK
12:45
NİYAZİ ERDOĞAN

14:00
NEDO BY NEDRET TACİROĞLU
14:15
TAGG
14:30
KUGVONSIGA
14:45
DICE KAYEK



Ezgi Yıldırım



Gökay Gündoğdu



Niyazi Erdoğan



Mehmet Emiroğlu



Beyza Eyüboğlu



Essin Barış



CEREN OCAK



Avishan Daneshfar



Aycan Hakalmaz

NEDO BY NEDRET TACİROĞLU





















FASHION WEEK ISTANBUL SON GÜNÜNDE DE GÖRKEMLİ ŞOVLARA EV SAHİPLİĞİ YAPTI

Türk moda profesyonellerini dünya ile buluşturan Fashion Week Istanbul bir sezonu daha geride bıraktı. Moda haftasının son gününde sergilenen defileler izleyicilerden tam not aldı.

Modanın görsel sanatla buluştuğu 30 kısa filmi 13-16 Nisan tarihleri arasında dijital platform üzerinden modaseverlerin beğenisine sunan Fashion Week Istanbul sona erdi. Ünlü tasarımcıların koleksiyonlarının yanı sıra, her biri görsel birer şölen olarak değerlendirilen kısa filmler de tüm dünyada şovları takip edenlerin büyük beğenisini kazandı.

Fashion Week Istanbul'un son gününde podyum, Zeynep Erdoğan'ın, 50'li yılların Hollywood aktrislerinin göz kamaştırıcı siluetleri ile oryantal dokunuşun buluşması olan koleksiyonu ile açıldı. Erdoğan'ın ardından, Tuvana Büyükçınar'ın markası olan Tuvanam'ın moda filmi sahnelendi. Tasarımcının yeni trendleri minimal çizgilerle harmanladığı koleksiyon, "kozadan çıkışı" anlatırken, özlediğimiz korunmasız düzeni de hatırlatarak izleyenlere umut verdi. Tasarımcı Hatice Gökçe ise %100 doğal ve saf yün içeren ehram kumaşlarıyla karşımıza çıkardığı koleksiyonunda çevreye duyarlılığını ve sürdürülebilirlik konusundaki hassasiyetini de ön plana çıkarttı.

Özlem Kaya, erkekler için sembolik bir kelime olan "Külhanbeyi" adını verdiği koleksiyonunda maskülen çizgileri ön plana çıkartarak "kendi hikâyesini özgürce yaşamak isteyen" kadınların duygusunu yansıtmak istediğini dile getirdi.

Tasarımcı Eda Güngör'e ait Museum of Fine Clothing markası, FWI kapsamında tanıttığı "Tutsak Güzellik" adlı koleksiyonda tutsaklık kavramını tasarımcının gözünden bir kafes ile ifade etti.

Hakaan Yıldırım ise, 1990 yapımı bir Türk filmi olan "Hasan Boğuldu"dan ilham alarak tasarladığı ve kendi deyimiyle "haleti ruhiyemizi tüm derinliğiyle somutlaştıran, gözler önüne seren", "Mahizer'e Yazdığım Mehtuplar" adlı koleksiyonuyla büyük beğeni topladı.

Zeynep Tosun, yaşadığı topraklardaki köklerine ithafen hazırladığı "Apasas; The City of The Mother Goddess" adlı koleksiyonunda Anadolu'da yaşadıklarına inanılan ve mitolojinin gelmiş geçmiş en güçlü kadınları olarak kabul edilen Amazon kadınlarının yaşam hikâyelerinden ilham aldı.

MEHTAP ELAİDİ

















ÖZLEM SÜER



























HATİCE GÖKÇE



























MARMARA ÜNİVERSİTESİ TEKSTİL BÖLÜMÜ BÖLÜM BAŞKANI

Öğrencilerimizin; İTHİB, İTKİB, TGSD, ATHİB, TAÇ Desen Tasarımı gibi birçok yarışmada süregelen başarı ödülleri Bölümün başarısının da göstergesidir.



Prof.Dr. MİNE BİRET TAVMAN ERTUĞRUL

Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölüm Başkanı
Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Sanatları Bölümünden 1986 yılında mezun oldu aynı yıl Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı. İngiltere Leeds Üniversitesi Tekstil Bölümünde Post Graduate Diploma Programını 1989 yılında tamamladı. Manchester Üniversitesi (UMIST) Tekstil Bölümünde Yüksek Lisans tezini 1991 yılında yine Manchester Üniversitesinde 'Düz Örme Makineleri ve Örme Kumaş Tasarımlarının Gelişimi' isimli Doktora tezini 1994 yılında tamamladı.
Marmara Üniversitesi GSF de 2001 yılında Doçent, 2007 yılında Profesör oldu. 2009-2012 yılları arasında Bölüm Başkanlığı yaptı. Örme alanında ulusal ve uluslararası makaleleri, bildirileri, kişisel sergileri bulunup birçok karma sergiye katıldı. Türkiye'de örme sanatı, tasarımı eğitiminin ve örme sanatının geliştirilmesi konusunu misyon edindi. 2011 yılından beri kurduğu Ters-Yüz Örme Sanatı grubunun küratörlüğünü yapmakta ve örme konusunda Türk sanatçıları ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtmaktadır. 2012 yılında I. Uluslararası İstanbul Tekstil Sanatı-Tasarımı Sempozyumunu düzenledi. WTA (World Textile Art) ın Türkiye temsilcisidir. Tekstil firmalarına tasarım danışmanlığı yapmakta ayrıca Tasarım merkezi olan tekstil firmalarının Tasarım süreçlerini yönetmektedir. 2016 yılından beri MÜGSF Tekstil Bölümünde Bölüm Başkanı olarak görevini sürdürmektedir.

2007 yılında Profesör oldunuz ve halen Tekstil Bölüm Başkanı görevini yürütmektesiniz, bize biraz bölümünüzden kısaca bahseder misiniz?

Tekstil Bölümü, Bauhaus ekolünün bir uzantısı olarak gelişen Türk tekstil endüstrisine yaratıcılıkları ile katkıda bulunacak elemanlar yetiştirmek amacı ile, 1957 yılında Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulunun 5 bölümünden biri olarak kuruldu. Başlangıçta çok sayıda Alman uzmanın desteklediği eğitim kadrosu ilk mezunların katılımı ile güçlendi.

Tekstil Bölümü Uluslararası etkinlikleri, dünya çapındaki tekstil ve moda tasarımcısı öğrenci ve mezunları, ödülleri ve bireysel akademik ve sanatsal başarılara sahip öğretim kadrosuyla eğitimine devam etmektedir. Öğrencilerin İTHİB, İTKİB, TGSD, ATHİB, TAÇ Desen Tasarımı gibi birçok yarışmada süregelen başarı ödülleri Bölümün başarısının da göstergesidir. Uluslararası platformda Euroskill Tasarım yarışması, Triumph İç Giyim Tasarım yarışması gibi yarışmalarda da Bölüm öğrencileri ödüllere sahiptirler. Bu yarışmalar öğrencilerin başarılarını olduğu kadar yaratıcılık ve yenilikçilik anlamında Eğitim-Sektör iş birliklerini de temsil etmektedir. Tekstil Bölümü sanayi ile ortak projeler de gerçekleştirmektedir.







Sektör ile ne gibi çalışmalarda bulunuyorsunuz?

Bölümümüz her yıl öğrenciler için sektör gezileri düzenler. Düzenli olarak sektörden farklı alanlardan uzmanların katıldığı konferanslar düzenlenir. Ayrıca 4.sınıflar için yıl sonunda kariyer günlerimiz oluyor.



Sektörün desteği ile her yıl Diploma Projeleri Öğrenci Defilesi organize ediyoruz. Oldukça ses getiren bu defilelere sektör temsilcileri davet ediliyor.

Sektör bölümümüze malzeme, donanım, yazılım konusunda sponsor oluyor. Bazı firmalar bölümde kendi atölyelerini kurarak bölüme malzeme ve donanım desteğinde bulunuyor.

Bazı alanlarımızın lisans ve lisansüstü düzeyi sınıflarında ödev kapsamında öğrencilerin kendi tasarımlarını gerçekleştirmeleri için sektörden düzenli sponsorluk almaktayız. Üniversitemizin Üniversite Sanayi işbirliği birimi vasıtasıyla birçok firmaya tasarım geliştirme konularında destek vermekte ve danışmanlık yapmakta, projeler yönetmekteyiz.

Sizden Mezun olup, sektörde iyi bir yer edinen Moda Tasarımcıları kimlerdir ?

Özlem Süer, İdil Tarzi, Ümit Ünal, Özgür Masur, Belma Özdemir, Benan Bal, Burçe Bekrek, Elif Cığızoğlu, Eda Güngör, Hasan Koca, Özlem Koca bölüm mezunlarımız.





Mezunlarınızda Türkiye'nin en önemli Moda Tasarımcılarını görüyoruz. Bu tablo öğrencilerin sizi seçmesi için bir sebeptir. Sizce öğrenciler neden Marmara Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarım Bölümünü seçmelidir?

Bölümün amacı öğrencinin görsel algısını ve yaratıcı gücünü geliştirmektir. Tekstil tasarımcı adayları tasarımlarını gerçekleştirirken yeteneklerini ve yaratıcı düşüncelerini tekstil endüstrisine uyarlamak üzere de eğitilmektedirler.

Tekstil endüstrisinin gelişimine ve teknolojisine ayak uydurmak bölümün amacını oluşturmaktadır.

Dokuma Tasarımı, Baskı Tasarımı, Örme Tasarımı ve Giysi Tasarımı alanlarında eğitim vermekteyiz.

Öğrenciler her dalda tasarı ve araştırmalarını alanın malzemeleri ve teknikleri ile uygular ve her türlü yaratıcılığının sınırlarını zorlayan estetik, teknik projeler ve sanatsal tekstiller üreterek serbest atölye çalışmaları yaparlar.

Tekstil sektörünün önemli kuruluşlarının desteği ile kurulan bilgisayar atölyesi bölümün tüm öğrencilerine hizmet vermektedir.

Öğrencilerimiz ve mezunlarımız birçok tasarım yarışmasın da başarı sağlamış 1.lik, 2.lik, 3.lük ve ilk on finalist arasına girmeyi başarmışlardır.

Tekstil Bölümü, bugün sektörün katma değeri yüksek ürün konusundaki gereksinimini karşılayacak, yetenekli, becerileri geliştirilmiş, yaratıcılığı yüksek tasarımcılar yetiştirmeyi sürdürmektedir.









Son zamanlardaki Küresel ısınma, iklim değişikliği sebebiyle, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakabilmek için büyük tekstil firmaları Döngüsel tasarım ilkeleri konusunda tasarımcılarına eğitim aldırıyor. Sürdürülebilirlik – Sustainability kavramını fazlaca duyar olduk. Tekstil bölümü olarak sizin de bu konuda bir çalışmanız olacak mı?



Evet, olacak. Sektörden bir firma ile çalışmalar yürütmekteyiz. Çalışmamız tamamlandığında Türkiye deki tekstil firmalarına Sürdürülebilirlik konusunda bilgilendirme seminerleri, eğitimler vermeyi ve öğrencilerin de içinde bulunduğu bazı sosyal sorumluluk projeleri ile bu çalışmayı desteklemeyi planlıyoruz.

Başarılı Yüksek Lisans Öğrencilerinden ve üniversite hocalarından oluşan "Örme Sanatı" üzerine bir sanatçı grubu oluşturdunuz ve www.textilartplatform.com internet sitesini kurdunuz. Grubunuzun amacı nedir?



2011 yılında üniversiteden ayrı kurulan tekstil sanatı alanında öğretim üyeleri ve lisansüstü öğrenciler ile başladığımız Ters-Yüz Örme Sanatı Sergileri tekstil sanatı ve tasarımı alanında çalışan sanatçı, akademisyen ve öğrencileri bir araya getirerek alanın ve alanda çalışan kişilerin gelişimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

2021 yılında yurtiçi ve yurtdışında galerilerde açtığımız örme sergilerini online platforma taşımak üzere Textile Art Platform ismi altında yeni bir web sitesi açtık böylece bu sergileri dijital ortama taşımış olduk. İlk online sergimizi 5 Şubat 2021 de web sitemizde açtık. Ayrıca aynı web sitesinde yeni bir uygulama başlatıyoruz.

Buraya tekstil tasarımından mezun öğrenciler bilgilerini girerek iş bulabilecekler aynı zamanda tekstil firmaları da eleman ihtiyacı için bu siteye kendi bilgilerini girip kendilerini tanıtabilecekler. Bu şekilde iş arayanlar tekstil tasarımcıları ve tekstil firmaları aynı platformda bir araya gelmiş olacaklar.

MARKALARININ
DÜNÜ VE BUGÜNÜ

BEYOĞLUNDAN BİR DÜNYA MARKASINA UZANAN YOLCULUK

“ KİĞILI ”

Beyoğlu’ndan Bir Dünya Markasına
1938 yılında erkekler için kumaş satışı amacıyla kurulan markamız 1965 yılında üretime geçti. İlk mağazamız 1969 yılında Beyoğlu’nda açıldı. Kurulduğumuz günden bugüne koşulsuz müşteri memnuniyeti amacıyla çalışıyor, bu başarımızı bugün Türkiye sınırlarının ötesine taşımanın haklı gururunu yaşıyoruz.



1938 – Kiğılı’nın doğuşu
Türkiye’de hazır giyim sektörünün oluşmasında ve gelişmesinde öncü rol üstlenen aktörler arasında yer alan Kiğılı’nın kuruluş hikâyesi 1938’lere dayanıyor.

Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kiğılı, Organize perakendenin duayeni. Dede ve baba mesleği olan kumaş ticaretini sürdürmesi, markanın temellerinin atılışında önemli bir etken oldu. Abdullah Kiğılı, çocuk yaştan itibaren tekstil sektöründe çalışmaya başladı ve öğrenimini tamamladıktan sonra aile büyüklerinin kararıyla işlerin başına geçti.

1965 – İlk hazır gömlek mağazada
Türkiye’de henüz hazır giyim kavramının oluşmadığı, tüketicilerin halen kumaş alarak terziye verdiği 1960’lı yıllara kadar, Kiğılı erkekler için takım elbiselik kumaş satan bir mağaza olarak hizmet vermekteydi. 1965 yılında ilk gömlek imalatını gerçekleştirerek, mağazasında hazır gömlek satmaya başladı. Kiğılı etiketli ilk gömleğin ardından pantolon, takım elbise ve palto imalatı geldi.

1969 – İstiklal Caddesi’nde ilk mağaza
1969 yılında İstiklal Caddesi’nde yalnızca hazır giyim üzerine hizmet veren ilk Kiğılı mağazası açıldı.

1980 – Kiğılı fabrikası çalışıyor
Kiğılı Yenibosna’daki konfeksiyon fabrikasının kurulmasının ardından, hem kendi ürettiği ürünleri satmayı sürdürdü, hem de Türkiye’nin önde gelen erkek giyim markalarına koleksiyon hazırlayarak özel üretim yapmaya başladı.

2005 – Dev lojistik merkezi
Gebze - Şekerpınar’da 25 bin metrekarelik lojistik merkezi faaliyete geçti. Operasyonel anlamda çok büyük bir adım olarak Kiğılı’nın işleyişini çok daha modern hale getirdi ve şu an 5 Lojistik Merkeziyle hizmet vermektedir.

"Konfeksiyon fabrikası için yurt dışından makinalar satın aldım. Türkiye' ye getirdik. Konfeksiyon sisteminin ana ağırlığı bant sistemidir. Bu bant sistemini en iyi Almanlar biliyor. Almanya'dan eğitmenler getirttik. Türkiye için hep yeni şeylerdi bunlar. Eğitmenlerle bir noktaya getirmiştim işi."

Abdullah Kiğılı



Abdullah Kiğılı
Yıl 1970

2006 - Abdullah Kiğılı Exclusiv Cut'ıdoğuşu
Abdullah Kiğılı ismini markalaştırarak, Abdullah Kiğılı Exclusive Cut mağazalarının açılışını yaptı. Abdullah Kiğılı Exclusive Cut, 80 yıllık deneyimle, kalite ve kusursuz işçiliği terzi dikim hassasiyetiyle birleştiriyor. Özel kumaşları, tasarımları ve kişiye özel ölçü seçenekleri ile özgün ve seçkin bir stil sunuyor.

2007 – Kiğılı Akademi açıldı
İnsan kaynağının yönetimi ve geliştirilmesine yönelik olarak Kiğılı Eğitim Akademisi kuruldu. Binlerce Kiğılı çalışanının hayatında yeni bir dönem başladı.

2013 – Kiğılı kalitesi Çin'deKiğılı, Çin'de mağaza açan ilk Türk giyim firması oldu.

2018 – Markamızın 80.Yılı
Kiğılı 2018 yılında 80'inci yılını kutlayarak Türkiye'nin en başarılı ve uzun soluklu markaları arasına bir kez daha adını yazdırdı.

2023 - Hedefler
Kiğılı'nın 2023 hedefi, dünyaca başarılı 10 Türk markasının arasında yer almak. Bugün çağdaş, akılcı ve stil sahibi erkeklere hitap eden tasarımları, müşteri memnuniyetini odağına alan uygulamaları, mağazacılık, insan kaynakları ve teknoloji alanlarında benimsediği yaratıcı ve yenilikçi bakış açısıyla yoluna devam ediyor.



Yıl 1977



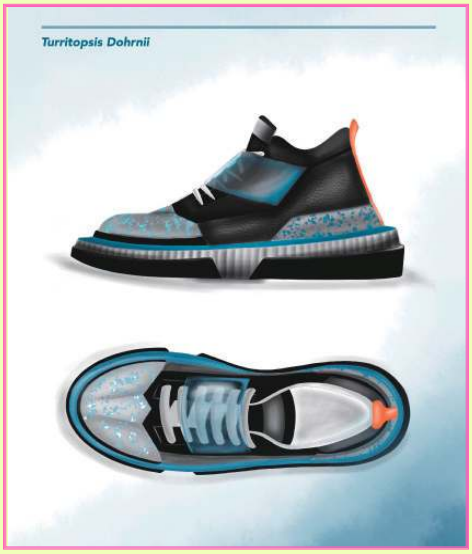
Kiğılı konfeksiyon fabrikası
Yıl 1981



GENÇ YETENEK

BÜŞRA CANBAZ





Büşra Canbaz kimdir bize kendinizi tanıtırmısınız?

1997 yılında İzmir'de doğdum. Çok şanslı bir çocuktum çünkü sanata olan ilgimi çocuk yaşlarımda ailemin dikkatini çekmiş ve benim bu yönde eğitim almamı sağlamışlardır. Ayrıca Teyzem Dokuz Eylül Fakültesi Moda Tasarım Bölümünden mezun ve alanında çok başarılı bir tasarımcı olması da bu mesleğe olan ilgi duymama neden olmuştur. İlk ve orta eğitimimden sonra liseyi İzmir Ümran Baradan Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Resim bölümünde okudum. Gerek erken yaşta başladığım mankenlik mesleğim gerekse modaya olan ilgi ve yeteneğim nedeniyle Moda Tasarım Bölümünde eğitim almak istedim. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinin sınavlarına girdim ve başarılı olarak 2015 yılında eğitimime başladım. Ancak mesleğim nedeniyle çok sık İstanbul'da olmam gerektiği için eğitimimi İstanbul'da Moda alanında çok iyi eğitim veren **Doğuş Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümünde** devam ettirmeye karar vererek, İstanbul'a taşındım. İstanbul'da birçok önemli tasarımcıların defilelerinde ve çekimlerinde yer aldım aynı zamanda eğitimime devam ettim. İşim ve aldığım eğitim beni profesyonel olarak moda tasarımcısı olma yolunda ilerlememi yardımcı oluyor. Mesleğimi çok seviyorum, ileride alanımda çok iyi bModa Tasarımcısı olmak için çok çalışıyorum. Eğitimim sırasında birçok yarışmalara katılarak başarı sağladım. **2019 Yılında SHOEXPO "İzmir Ayakkabı Tasarım Yarışması Erkek Kategorisinde 3. Oldum.** Bu benim için çok önemli bir adımdı çünkü 2. sınıf öğrencisiyken böyle bir önemli yarışmada başarılı olmak benim daha çok bu alandaki motivasyonumu arttırdı.

Moda alanında sizin gibi eğitim almak isteyen veya eğitim alan arkadaşlarınıza ne söylemek istersiniz Tasarım yarışmalarına katılmaları konusunda ?

Benim gibi moda tasarımında eğitim alan veya almak isteyen öğrencilere tavsiyem okuduğunuz üniversite yılları boyunca en az bir tasarım yarışmasına katılarak kendilerini bu yönde geliştirmeleri onların ilerideki bu mesleğe atacakları ilk profesyonel tecrübe olması nedeniyle önemli olduğunu söylemek isterim.

Büşra modellik yaptığını söyledin, ne zamandır modellikle iç içesin ?

Modellik hayatıma, benim için çok güzel bir tecrübe ve hatıra olan önemli iki yarışma ile başladı. 2015 yılında **MİSS & MR model of Turkey** e katıldım ve birinci oldum. Daha sonra **2018 yılında Miss New Word yarışmasında ülkemi gururla temsil ederek orada da birincilik getirdim.** Bu yarışmalardan sonra birçok oyunculuk teklifi geldi tabi benim yaşımdaki bir kişi için çok önemli idi. Ancak ben kendi mesleğimi yanı tasarımcı olmayı seçtim. Çünkü Moda benim hayatımın her alanında...

6 yıldır modellik yapmaya devam ediyorum. Mesleğimin zorlukları var tabii özellikle hem eğitimimi başarılı bir şekilde yürütürken mankenlik yapmak tabi biraz zorluyor ama çok keyifli en önemlisi çok mutluyum çok değerli tasarımcılarla çalışma fırsatı buluyorum, çok güzel dostluklar ediniyorum ve onlardan her zaman bir şeyler öğrenmeye devam ediyorum.



Modanın her alanın da çalışmalarına devam eden Canbaz, işin üretim kısmında moda tasarımlarını yapmaya devam ederken, sunum kısmında da defilelerde modellik yaparak kariyer yolculuğuna devam ediyor. Zamanının çoğunu oluşturacağı markasını şekillerdirmeye ayırıyor.





İMAJ GÖRSEL BARRUS LONDON


Levi's
Levi's®
Since 1873



Yasemin Özilhan for IPEKYOL SS21


LACOSTE


KİP


Persol®
714 Steve McQueen™ Özel Serisi

BRAUN



ERKEK MODASI



1- ETON 2-BRUNELLO CUCİNELLİ
3-RAG&BONE 4-TOMMY HILFIGER



5 5-SALVATORE FERRAGAMO 6-ZEGNA 7-TOM FORD 8-DSQUARED2 9-TOM FORD

GENIUS BOWTIE

ETRO

KIĞILI





VERSACE





ETRO BEYMEN







ALTIN YILDIZ

LARDINI





ANTIMONELLI'S BEYMEN



DSQUARED2

ETRO



AMAZFİT



ALTIN YILDIZ



LARDINI





SANTONI



MONCLER

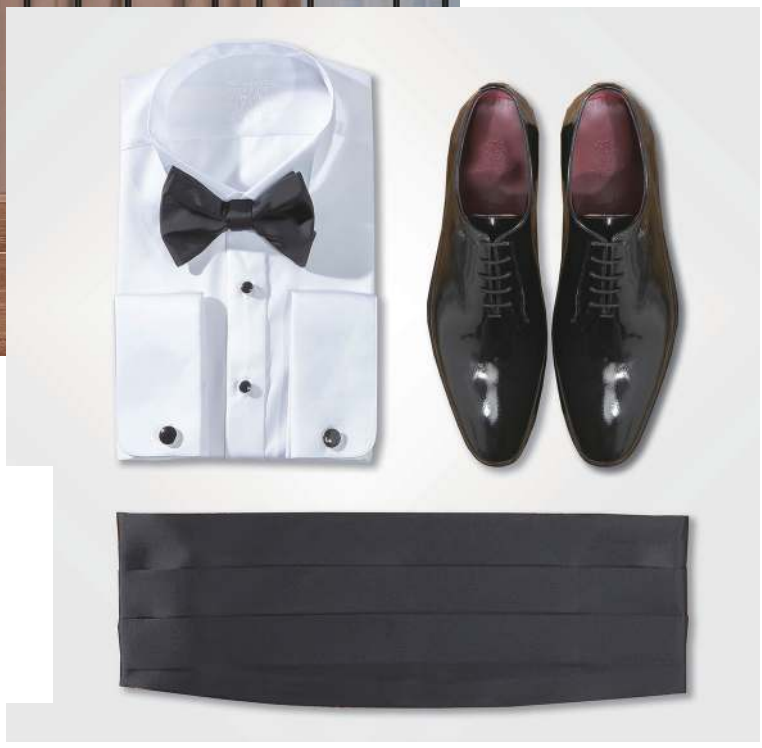
NEIL BARRETT





SANTONI





BİSSE


AVVA


COLIN'S

RAMSEY





Yeni BMW iX3



Bence; “ŞÖYLE OLSA, DAHA İYİ OLURDU.”

TASARIMA GÖNÜL VERMİŞ, GİRİŞİMCİ, YENİLİKÇİ İNOVATİF FİKİRLERİ OLAN GENÇLER;

BAŞLATACAĞIMIZ ÜNİVERSİTE BULUŞMALARIMIZDA PROJE VE ÖNERİLERİNİZİ DİNLEYEREK, ÇALIŞMALARINIZI VEYA ÖNERİLERİNİZİ SAYFALARIMIZ ARACILIĞI İLE SEKTÖRE DUYURMAK İSTER MİSİNİZ. ?
İHTİYACINIZ OLAN AR-GE VE SERMAYE YATIRIMLARINIZ İÇİN SİZLERE DESTEK SAĞLAYABİLECEK YATIRIMCILARA SESİNİZİ BİRLİKTE DUYURALIM.

Bence; “ŞÖYLE OLSA, DAHA İYİ OLURDU.”
Diyebileceğiniz fikirlerinizi bizlerle paylaşmaya hazır mısınız?
O halde çok yakın da Dijitalde buluşacağız.
Konu:
-Sürdürülebilir Tasarım süreçlerini nasıl daha iyi yönetebiliriz?
-Markalaşma sürecinde yeni normalde atılması gereken adımlar ve stratejik yol haritası nasıl belirlenmelidir?
-Sektör de karşılaştığınız en büyük sorunlar ve “ŞÖYLE OLSA, DAHA İYİ OLURDU” Diyebileceğiniz öneriler nelerdir?
-Katma Değerli Ürün Üretimi, E-Ticaret ve Tasarım konularında dünyada daha çok söz sahibi olabilmemiz için teknolojiden yeterince faydalanabiliyor muyuz? Tasarımda Teknolojik yenilikler nelerdir?

Sevgili gençler, Fikirlerinizi merak ediyor ve önemsiyoruz. Bu yüzden sizlerle üniversite hocalarınız aracılığı ile Zoom ID bilgisini paylaşarak iletişime geçeceğiz. Her sayımız için bir üniversite buluşması gerçekleştireceğiz ve bunu sayfalarımızda yayınlayacağız. Sizin de söyleyecek bir fikriniz varsa veya genç arkadaşlarımızın ve hocalarımızın fikirlerini dinlemek isterseniz “ŞÖYLE OLSA, DAHA İYİ OLURDU” dijital üniversite buluşmalarımıza bekliyoruz.

#bencesöyleolsadahaiyiolurdu
#modatrendhaber

@modatrendhaber

@modatrendhaber


ALEXANDER MCQUEEN


ADL


NEW ARRIVALS


TOVE STUDIO


DOLCE&GABBANA


PACO RABANNE


ACADEMIA BEYMEN


RASARIO


BALMAIN


ALANUİ BEYMEN


ERDEM BEYMEN


ZIMMERMANN



VAKKO PRONOVİAS-PARTY


FLO



VAKKO MARE

NE MODA/ALIŞVERİŞ


BOYY


ALEXANDER MCQUEEN


ALEXANDER MCQUEEN


BALENCIAGA


DOLCE&GABBANA


ALEXANDER MCQUEEN


LOVE MOSCHINO


ISABEL MARANT

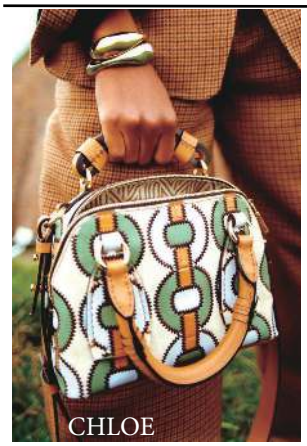

JIMBA


JIMBA BEYMEN


ETRO BEYMEN



LOVE MOSCHINO


CHLOE



BALENCIAGA


ISABEL MARANT


ETRO BEYMEN


ROSANTICA BEYMEN

FLO




LC WAIKIKI

 AQUAZZURA	 ISABEL MARANT	 BALENCIAGA	 AQUAZZURA
 AQUAZZURA	 GIANVITO ROSSI	 ISABEL MARANT	 DOLCE&GABBANA
 DOLCE&GABBANA	 DOLCE&GABBANA	 ETRO BEYMEN	 DOLCE&GABBANA
BALENCIAGA	 ISABEL MARANT	 BALENCIAGA	 ALEXANDER MCQUEEN



1



2



3

1-MACH & MACH Beymen 2-MOSCHINO 3-SERGIO ROSSI

VAKKO



VAKKO MARE



VAKKO MARE

4

1

5

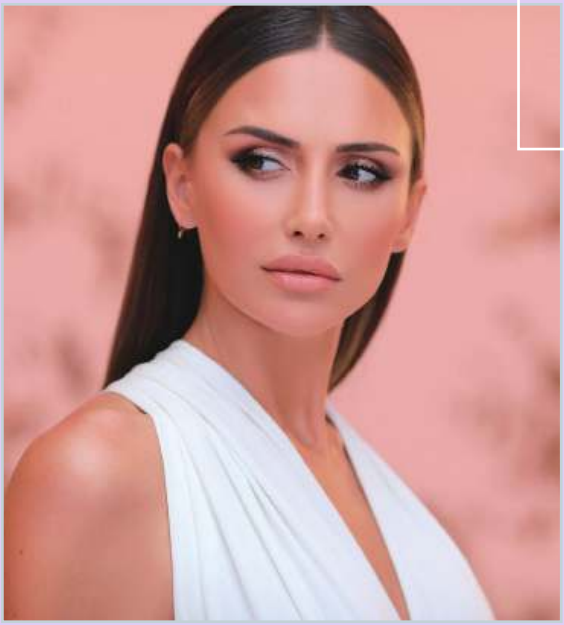






6

2









3



8



7

1- Ruj SEPHORA 2-Far YAEMİNA 3-Mascara ISABELLA DUPONT 4-Ruj NARS
5-Göz Kalemi AVON 6-Makyaj Bazı GIZ KOZMETİK 7-Dudak Kremi ISABELLA DUPONT
8-Parfüm Eve Truth - AVON

İmaj görsel YAEMİNA

1



2



3



4







7



6



5

1-Hassas -Temizleme NUXE 2-Yenileyici Güzellik Maskesi FARMASI 3-Oil BIO 4-Bakım Saç Şampuanı ALTERNA Caviar 5-Sarkma Karşıtı Dolgunlaştırıcı Serum Yves Rocher
6-Yüz Roller SEPHORA 7-Üç fazlı yenileyici losyon LOCCİTANE

İmaj görsel AVON ANEW AMPUL


NOUVEAU
NEW
NUX
PARIS
BIO
ORGANIC
THÉ BLANC
SOIN HYDRATANT
MULTI-PERFECTEU
WHITE TEA
MULTI-PERFECTIN
TINTED CREAM
BIO
NUXE
PARIS
BIO
ORGANIC
THÉ BLANC
SOIN HYDRATANT TEINTÉ
MULTI-PERFECTEUR
WHITE TEA
MULTI-PERFECTING
TINTED CREAM
TEINTE CLAIRE
FOR FAIR SKIN TONES
50ML 1.7 OZ.
NOUVEAU
NEW
NUX
PARIS
BIO
ORGANIC
THÉ BLANC
SOIN HYDRATANT
MULTI-PERFECTEU
WHITE TEA
MULTI-PERFECTIN
TINTED CREAM
BIO
NUXE
PARIS
BIO
ORGANIC
THÉ BLANC
SOIN HYDRATANT TEINTÉ
MULTI-PERFECTEUR
WHITE TEA
MULTI-PERFECTING
TINTED CREAM
TEINTE MEDIUM
FOR MEDIUM SKIN TONES
50ML 1.7 OZ.


FOREO


watsons
LOVE MY SKIN
YENİLENEN FORMÜL
SEYAHAT BOY
GÜNEŞ KREMİ
Travel Size Body Cream
GKF/SPF 50
YÜKSEK KORUMA
DERMA TESTED
UVA UVB
50ml e


AVON
Nature PRO
SAÇ GÜÇLENDİRİCİ
AT KUYRUĞU OTLU
ŞAMPUAN
İÇİNDEKİLER:
At kuyruğu
ısırgan
biberiye
civanperçemi
papatya
500 ml
TÜM SAÇ TİPLERİ İÇİN

ANNELERE ÖZEL HEDİYE SEÇENEKLERİ



NUDE DESİGN



FAKİR Mr Chef Quadro



TEPE HOME



KADI KIZI

SİEMENS



DOĞTAŞ





NUDE DESİGN



TEPE HOME



NUDE
ERDEM AKAN



KADI KIZI



KARACA



PAŞABAHÇE



PAŞABAHÇE




DOĞTAŞ


TUE
NUDE


PAŞABAHÇE



HONOR Watch GS Pro



HUAWEI Mate40 Pro

HONOR_WatchGSPro



HONOR Watch GS Pro akıllı saat
-25 güne kadar pil ömrüyle ayda bir şarj edilen,
-Rotadan Dönüş gibi birbirinden farklı özelliklere sahip
-100' den fazla farklı spor takibi
-kalp ritmi takibi,
-SpO2 takibi,
-uyku ve stres takibi,
-gelen aramaları cevaplayabilme,
-müzik kontrolü,
-uzaktan deklanşör gibi özelliklere sahip

SİBERASİST



OPPO RENO 4 Lite 8



A Serisi ihtiyacınız olan her şeyi sunuyor.

A72

OPPO'nun A Serisi modelleri Seride yer alan, 6.5 inç ekran genişliğine sahip A72;
-ana kamerada 48MP çözünürlük-dörtlü kamera
-48 MP Ultra HD ana kamera kullanıcılara hareket halinde kullanılabilen,
-Ultra Gece Modu 2.0,

A91

Serinin bir diğer modeli olan, 6.4 inç ekran genişliğine sahip A91 de;
-48 MP ultra geniş açılı makro dörtlü kamera ile donatılan OPPO A91'in çok yüksek çözünürlük ve ışığa duyarlılık sunan kamera özelliği,

A73

Ultra geniş açılı makro lens ayrıntılı, 6.4 inç ekran genişliğine sahip A73 yapay zeka destekli kameralarla donatıldı.
Akıllı telefonun ana kamerası, derin öğrenme algoritmaları aracılığıyla Yapay Zeka Parlak Renk Modu özelliğiyle geliştirildi.

Samsung, Galaxy A52 ve A72



Samsung, Galaxy A52 ve Galaxy A72'yi tanıttı
-64MP yüksek çözünürlüğe sahip ana kamerası ve çok yönlü dörtlü arka kamerası, 4K Videodan Fotoğraf özelliğini kullanarak 8MP'ye varan yüksek çözünürlüklü, Sahne Optimizasyonu özelliği de yapay zekâ desteği, Optik Görüntü Sabitleyici, Gece modu, 90Hz ekran yenileme hızı, "Göz Koruma Kalkanı" sayesinde, ekranın renk sıcaklığı kullanım alışkanlıklarına göre otomatik olarak ayarlanıyor, SmartThings özelliği, akıllı ev ortamında doğrudan Galaxy A Serisi akıllı telefon üzerinden, giyilebilir cihazlar, tabletler, kişisel bilgisayarlar ve televizyonlar dâhil olmak üzere binlerce cihaza bağlanıp bu cihazları uzaktan yönetebiliyor. SmartThings Find özelliği
Galaxy A52; 6.5" FHD+ Süper AMOLED, Infinity-O Ekran (1080 x 2400), 407 ppi, 90 Hz yenileme hızı, 75.1 x 159.9 x 8.4mm
Galaxy A72; 6.7" FHD+ Süper AMOLED, Infinity-O Ekran (1080 x 2400), 394 ppi , 90 Hz yenileme hızı, 77.4 x 165.0 x 8.4mm

HUAWEI MateBook X

Metal çerçevesiz bir Infinity FullView Ekranı, Üstelik yüzde 90'a varan yüksek ekran-gövde oranı, yüzde 100 sRGB renk gamı ve 1500:1 kontrast oranına sahip 3000x2000 çözünürlüklü LTPS ekrana sahip. 3K ekran, görsel olarak süper etkileyici olan 3:2 geniş ekran en boy oranına sahip.
HUAWEI MateBook X, genellikle hareket halindeyken çalışan şehirli genç insanlar için ideal olan akıllı özellikler de sunar.
HUAWEI MateBook X, Infinite FullView tasarımı, gömme kamerası, 2'si 1 arada parmak izi güç düğmesi ve Çoklu Ekran İş Bbirliği özellikleri



HUAWEI Mate40 Pro

BAST



Antiviral ve antibakteriyel teknolojiye sahip telefon kılıfı



50MP Süper Algılama Geniş Kamera, köşesi 1/1,28 inç ölçülerinde ,RYYB CFA, yüzde 40'a kadar daha fazla ışık alımı sağlamak için yeşil piksel yerine sarı pikseller kullanıyor, 4'ü 1 arada piksel gruplamayı ve Full Pixel Octa PD Otomatik Odaklama'yı da destekleyerek, daha iyi ışık algılama ve otomatik odaklama performansı için dört pikseli tek bir pikselde birleştiriyor.

LG Wing



LG Wing "Temel Mod" ve "Döndürme Modu" olmak üzere iki farklı modu bulunuyor.
Çip: Qualcomm® Snapdragon™ Snapdragon ile Entegre 765G 5G Mobil Platform X52 5G Modem-RF Sistem, Ekran: - Ana Ekran: 6.8-inch 20.5:9 FHD+ P-OLED FullVision (2,460 x 1,080 / 395ppi)
- İkinci Ekran: 3.9-inch 1.15:1 G-OLED (1,240 x 1,080 / 419ppi), Hafıza: 8GB RAM / 128 ROM / microSD (2TB'a kadar destekli), Kamera: Arka: Ultra Yüksek Çözünürlük (64MP OIS Genişlik (F1.8 / 78°/ 0.8µm) / 13MP Ultra Geniş Açılı Kamera (F1.9 / 117° / 1.0µm) / 12MP Ultra Geniş Büyük Piksel (F2.2 / 120° / 1.4µm), Ön: 32MP Geniş Açılı Kamera (F1.9 / 79.6° / 0.8µm), Pil: 4,000mAh, Işletim Sistemi: Android 10.0 (Q OS), Boyut: 169.5 x 74.5 x 10.9 mm, Ağırlık: 260g, Ağ: 3G / 4G / 5G, Bağlanabilirlik: Wi-Fi 802.11 a, b, g, n, ac / Bluetooth 5.1 / NFC / USB Type-C (USB 3.1 Gen 1 Compatible), Renkler: Aurora Gri, Diğer: Gimbal Motion Kamera / Ön Pop Up Kamera / Hexa Motion Stabilizatör / ,LG Creator's Kit / İkili Kayıt / Black Stabilizer (Siyah Dengeleyeci) / LG 3D Ses Motoru / (Hızlı Şarj) 4.0+ Teknolojisi / Kablosuz Şarj Özelliği,

KOTON KİDS



MELEK
Kids





"HER ÇOCUK BİR MELEKTİR."





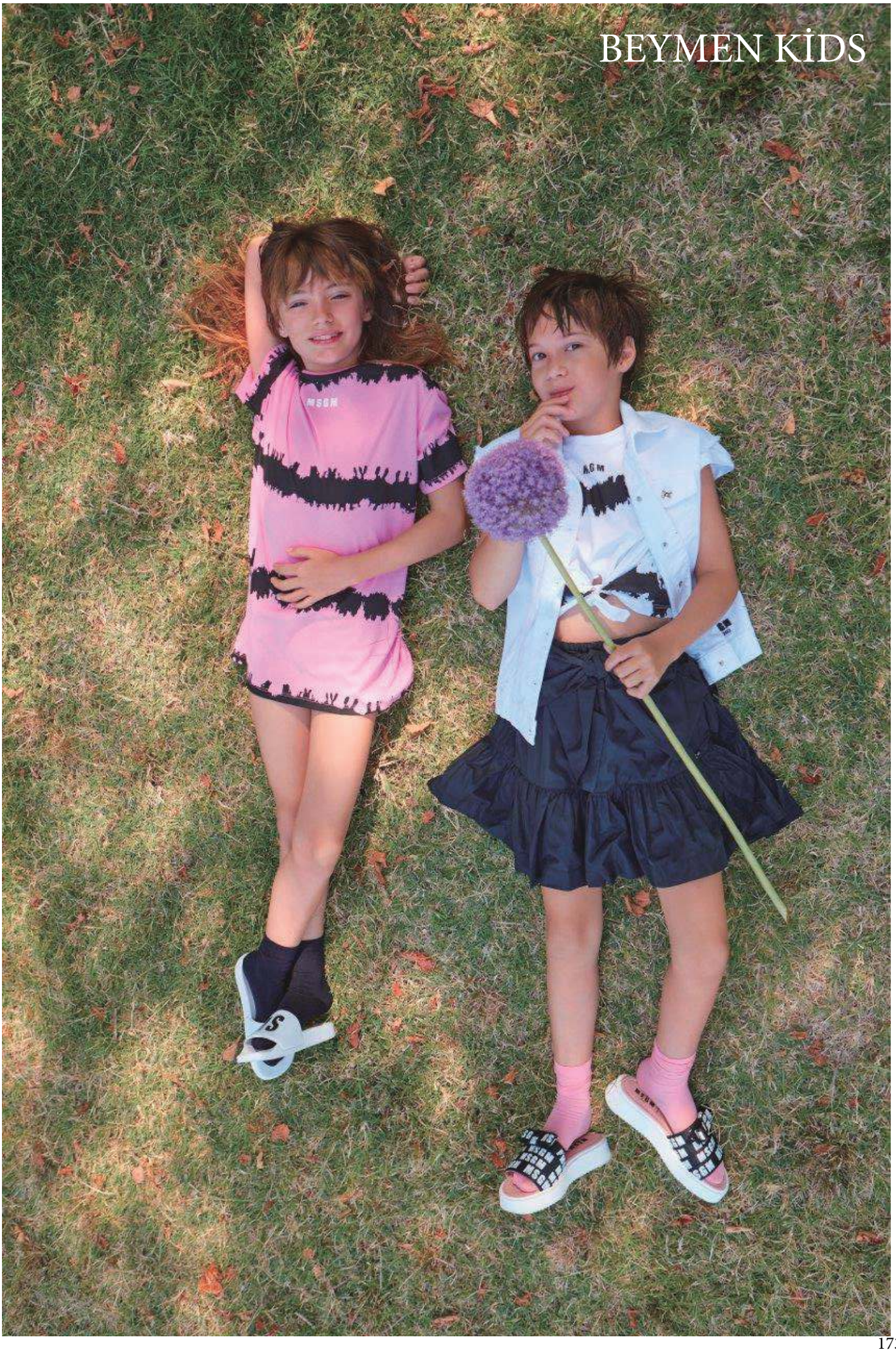
MELEK KİDS
100' lerce markanın birbirinden güzel çocuk kıyafetlerini uygun fiyatlarla sizlere sunuyor.
Online alışverişin adresi melekkids.com' da satışa sunuluyor.





www.melekkids.com


KOTON

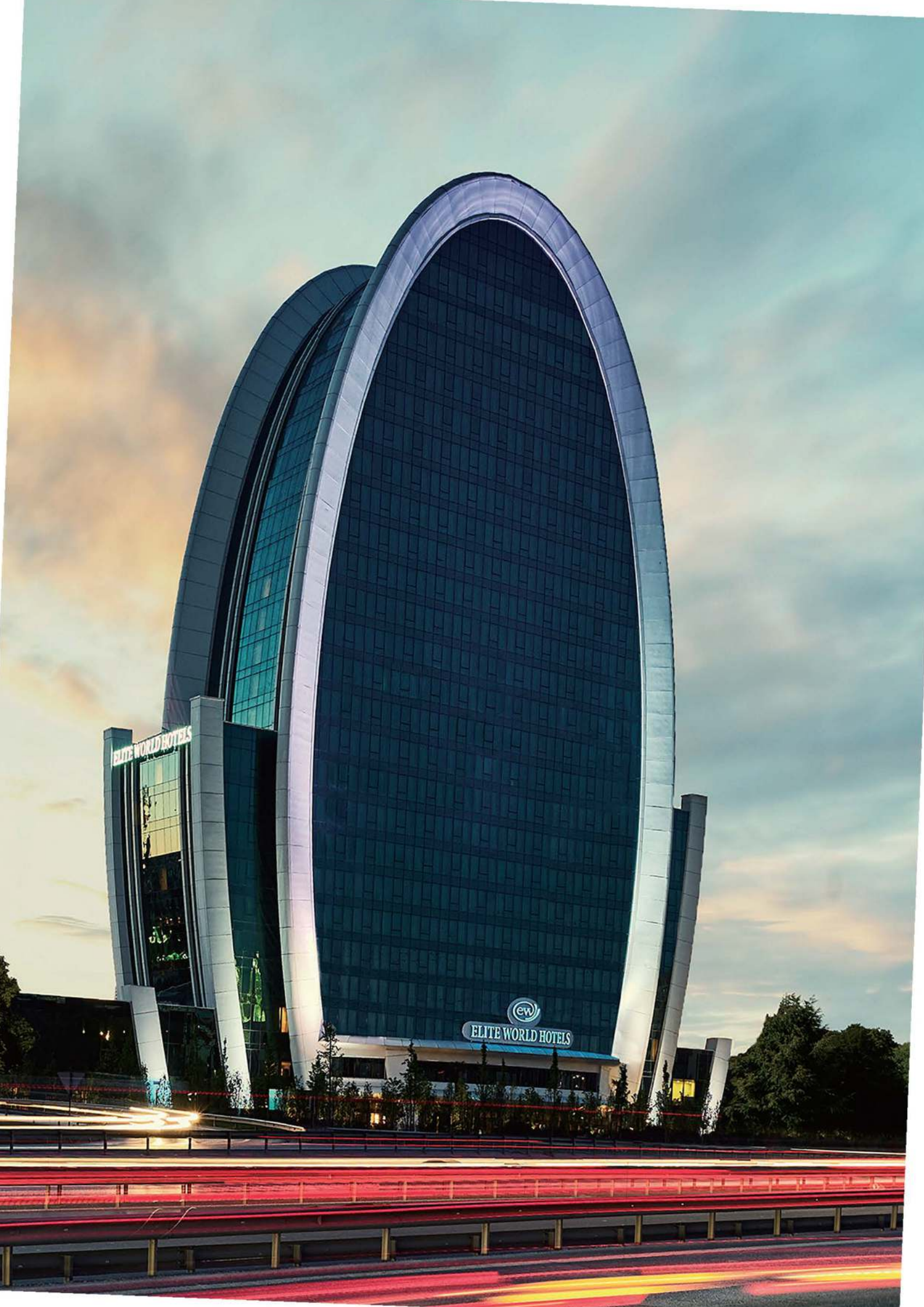

BEYMEN KİDS




TR 34 D 2167


FOR
VICTORY
AVON
EAU DE TOILETTE SPRAY
75ml
FOR
VICTORY
AVON


TÜRK
KAHVESİ


ELITE WORLD HOTELS
ELITE WORLD HOTELS