

4^{your}eyes

Optik Magazin Dergisi Kasım November 2025/227

TREND

KEMİK ÇERÇEVELER

ACETATE FRAMED GLASSES

GÖZDE TREND TREND IN VISION

2026 GÖZLÜK TRENDLERİ

2026 EYEWEAR TRENDS

REACHER
EYEWEAR

reachereyewear.com @ reachereyewear

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B1

Silhouette

Empowered by Lightness

Silhouette

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 6 / B1

Empower Your Lightness

SER OPTİK SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Gayrettepe Mah. Pazar Sok. Bareli Plaza No:4 K:1 Beşiktaş / İstanbul Tel: 0 212 266 57 22

SER OPTİK SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Gayrettepe Mah. Pazar Sok. Bareli Plaza No:4 K:1 Beşiktaş / İstanbul Tel: 0 212 266 57 22

MYKITA

PIONEERING DESIGN. HANDMADE IN BERLIN.

MYKITA GÖZLÜK PAZARLAMA TURİZM VE TİC. LTD. ŞTİ.
Gayrettepe Mah. Ayazmadere Cad. No:5 Saral İş Merkezi D5 Beşiktaş / İstanbul, Tel: 0 212 356 85 56-57,
mykita.com

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B2





MAYBACH

EYEWEAR



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 6 / C4



OPTİSER GÖZLÜK A.Ş.

Gayrettepe Mah. Ayazmadere Cad. No:5 Saral İş Merkezi D:5 Beşiktaş İstanbul Tel: 0 212 356 85 56



Alexander Wintsch

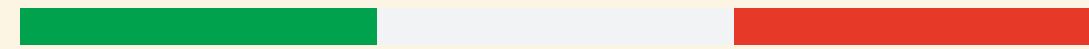
exclusive since 1958



OPTİSER GÖZLÜK A.Ş.

Gayrettepe Mah. Ayazmadere Cad. No:5 Saral İş Merkezi D:5 Beşiktaş İstanbul Tel: 0 212 356 85 56

ITALIAN PAVILION



at SILMO Istanbul 2025

ARU

BAYRIA - MANUFATTO

DANDY'S - GERMANO GAMBINI

KOO EYEWEAR

L.G.R

LA GIARDINIERA

LES PIÈCES UNIQUES

LUXOL

MAD IN ITALY

MARTINI OCCHIALI

NANNINI EYEWEAR GROUP

PIERO MASSARO

ULTRA LIMITED

VANNI

19–22 November, Hall 7
Istanbul Expo Center (IFM)

For more information: istanbul@ice.it



ARU

BAYRIA
EYEWEAR

MANUFATTO
100% ITALIANO - DESIGNED, CRAFTED, PERFECTED

Dandy's
uno stato di grazia

GERMANO GAMBINI
1970

KCO
e y e w e a r

L . G . R

LA GIARDINIERA
EYEWEAR MANUFACTURING

HEAVEN
MILANO

LIFE
ITALIA kids

Les Pièces Uniques®
TUDOR
MILANO

LUXOL
OCCHIALERIA DAL 1969
100% MADE IN ITALY

NOS
eyewear

LUXOL
19.69
100% MADE IN ITALY

MAD IN ITALY

BRICOLA
VENEZIA

MARTINI
OCCHIALI

GIORGIO NANNINI

Piero Massaro®
DICIOTTO

ULTRA
LIMITED
<SPECTAFUL>

VANNI

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 5 / D3 - E4

Morlin Bron
EYEWEAR

Yenilenen B2B Platformumuzla Tanışın!

B2B Platformumuz yenilenen yüzüyle sizi bekliyor.
Hemen giriş yapın, yeni deneyimi keşfedin.

shop.zenogrupoptik.com



ZENO GRUP
OPTİK



Empower Your Lightness

içindekiler

KASIM / NOVEMBER 2025

TREND IN VISION **GÖZDE TREND** - 14
2026 GÖZLÜK TRENDLERİ 2026 Eyewear Trends

FOREIGN INTERVIEW **YABANCI RÖPORTAJ** - 48
HOFFMANN NATURAL & PRESS EYEWEAR

BRAND STORY **MARKA HİKAYESİ** - 52
BENETTON

INTERVIEW **TOPTANCI RÖPORTAJI** - 94
ESSA DANIEL KLEIN GROUP

TREND - 114
KEMİK ÇERÇEVELİ OPTİK GÖZLÜKLER
Acetate Framed Glasses

EYE DOCTOR **GÖZ DOKTORU** - 134
ERKEN DOĞAN BEBEKLERİN GÖZLERİ RİSK ALTINDA!
Premature Babies' Eyes Are at Risk!

İMTİYAZ SAHİBİ

Yirmidört Saat Reklam Paz. Dan. Org. ve Yay. Tic. Ltd. Şti.
adına Banu Baran / b.baran@24saatajans.com

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Banu Baran / b.baran@4eyes.com.tr

GRAFİK TASARIM

Burcu Küçükakyüz

YAZI İŞLERİ

Banu Baran / Bilgehan Başaslan

REKLAM İLETİŞİM

Yasemin Uluocak / y.ulucak@24saatajans.com

KATKIDA BULUNANLAR

Tunga Şahinler / Banu Beller

BASKI

Or Tasarım ve Matbaacılık San. Tic. Ltd. Şti.

İLETİŞİM

24 Saat Ajans / 0 212 660 24 66

WEB

www.4eyes.com.tr

E-MAIL

info@4eyes.com.tr

your
4eyes
Optik Magazin Dergisi

14



48



52



2026 GÖZLÜK TRENDLERİ

Eyewear Trends



AKILLI TASARIM VE MATERYALDE RAFİNELİK ODAKLI

Dijital özellikleri gündelik kullanımla birleştiren akıllı gözlükler sahnenin merkezine yerleşirken; doğadan materyaller seçimleri, heykelsi silüetler ve abartısız lükse yönelimler ise insana özgü zarafeti kutluyor.

Gözlük trendlerini anlamak, sadece yeni olanı fark etmek değil; tanıdık fikirlerin nasıl evrildiğini de gözlemlemektir. Eğilimler gözlük dünyasında da bir gecede ortaya çıkmaz; renkler, materyaller, mühendislik, teknoloji ve el işçiliği gibi unsurlar değişen öncelikler ve ihtiyaçlar aracılığıyla adım adım şekillenir. 2025 trendlerini referans almak bu dönüşümü daha iyi anlamada yol gösterici bir rol oynar. Bu bağlamda baktığımızda abartılı silüetlerin ve nostaljik dönüşlerin ardından tasarım odağının yılın sonlarına doğru giderek dinginleştiğini; orana, dokunsallığa ve daha derin bir denge hissine yöneldiğini fark ediyoruz. İster tüy hafifliğindeki titanyum konstrüksiyonlarda ister katmanlı asetatlarda ister akıllı teknolojinin zarif entegrasyonunda olsun yeni yıla yaklaştıkça eğilimlerin, abartıdan çok özgünlüğü öne çıkardığını gözlemliyoruz. Bu sebeple 2026'nın geçmiş trendleri ve yönelimleri silmek yerine mükemmellik arayışıyla geliştirmek odaklı olacağını rahatlıkla söyleyebiliriz. Şimdi, yenilikle sürekliliğin buluştuğu küçük farkların büyük anlamlar taşıdığı bu dönüşen manzarada 2026 yılına yön verecek gözlük trendlerine biraz daha yakından bakalım.

Smart glasses that integrate digital features into everyday wear take center stage, while natural material choices, sculptural silhouettes, and understated luxury celebrate innate elegance.

Focusing on Smart Design and Refined Materials

Understanding eyewear trends is not just about noticing what is new; it is about observing how familiar ideas evolve. In the eyewear world, trends do not appear overnight. Colors, materials, engineering, technology, and craftsmanship gradually take shape through shifting priorities and needs. Referring to the 2025 trends plays a guiding role in understanding this transformation more clearly. From this perspective, we can see that after seasons of bold silhouettes and nostalgic revivals, the design focus has gradually become more serene toward the end of the year, turning to proportion, tactility, and a deeper sense of balance. Whether in featherlight titanium constructions, layered acetates, or the discreet integration of smart technology, as the new year approaches, trends increasingly highlight authenticity rather than excess. At this point, it is safe to say that 2026 will not erase past directions but will refine them in pursuit of perfection. Now, in this evolving landscape where innovation meets continuity and subtle differences carry great meaning, let us take a closer look at the eyewear trends that will shape the year ahead.



Trendlerin Merkezinde:

Akıllı Gözlükler

Akıllı gözlükler geleceğin deneyi olmaktan çıkarak; tasarım zarafetini dijital zekayla buluşturan yeni nesil aksesuarlar olarak günlük yaşamımıza girdiler. Akıllı gözlükler üzerine yapılan çalışmalar o kadar ilerledi ki; giyilebilir teknolojiler olarak 2026 gözlük trendlerinin merkezinde konumlanıyorlar. Kesintisiz biçimde kullanıcıyı reel dünyaya bağlı tutarken tasarım inceliklerini ve şıklığı koruyan akıllı gözlükler 2026 yılında sadece sektörün değil, geleceğimizin yönüne de ışık tutacak. Giyilebilir teknoloji ürünü akıllı gözlüklere en rafine ve yeni örneklerden birini Even Realities markası G1 modeliyle veriyor. Yapay zeka desteği, canlı çeviri, navigasyon, teleprompter özellikleri ve numaralı cam seçeneğiyle donatılan Even G1 Akıllı Gözlük dijital işlevselliği günlük şıklığın içinde eritiyor. Berlin’de tasarlanıp Shenzhen’de mühendisliği yapılan G1, gelişmiş optik teknolojiyi zamansız formlarla birleştiriyor. Panto A ve Diktörtgen B seçenekleriyle sunulan modelin eşsiz silüetinin ardında mikro LED ekran, gerçek zamanlı çeviri ve Even Realities’in patentli Haos™ optik sistemiyle çalışan not alma araçları yer alıyor. Akıllı gözlük G1’in magnezyum gövdesi, kumtaşı dokusu ve titanyum saplarıyla birleştiğinde estetik ve işlevselliği garantiliyor; öyle ki ileri teknolojik özellikleri olmasa dahi zevkle tercih edilebilecek bir tasarım zarafeti sunuyor.

At the Heart of Trends: Smart Glasses

Smart glasses have moved beyond being futuristic experiments and entered our daily lives as next-generation accessories that unite design elegance with digital intelligence. Research and development in this field have advanced so rapidly that smart glasses now stand at the very center of 2026 eyewear trends as wearable technologies. While keeping users seamlessly connected to the real world, they preserve design sophistication and style, illuminating not only the direction of the eyewear industry but also that of our future. One of the most refined and forward-looking examples of this new era comes from Even Realities with its G1 model. Equipped with AI support, live translation, navigation, teleprompter features, and prescription lens options, the model blend digital functionality into everyday elegance. Designed in Berlin and engineered in Shenzhen, the G1 combines advanced optical technology with timeless forms. Offered in Panto A and Rectangular B options, the model conceals a micro LED display, real-time translation, and note-taking tools powered by brand’s Haos™ optical system beneath its distinctive silhouette. With a magnesium body paired with a sandstone texture and titanium temples, the G1 ensures both aesthetics and performance, presenting such refined design elegance that it would remain desirable even without its advanced technological features.

KARBON YENİDEN TANIMLANIYOR

Yeni yılın en dikkat çekici malzeme dönüşümlerinden biri karbon fiber temsil ediyor. Yakın geçmişe kadar yüksek performans gücü ve maskülen tasarımla özdeşleşen bu materyal, artık daha ifadesel bir döneme giriyor. 2026 yılında karbon; bir yanda cesur, keskin hatlı hacimler, diğer yanda son derece ince ve zarif formlar olmak üzere iki uç arasında denge kuruyor. Bu yaklaşım, 2026 gözlük trendlerinin “teknolojiyi duyguyla, gücü zarafetle birleştirme” anlatsını da muhteşem bir şekilde yansıtıyor. Fleye Copenhagen bu dönüşümün öncülerinden biri olarak Silmo Paris 2025’te belirgin derinlik ve geometrik yapısıyla dikkat çeken Carbon Bold serisini sundu. Marka şimdi daha rafine bir karşıtlık üzerinde çalışıyor. 2026’nın başında piyasaya çıkacak yeni koleksiyonu, ince silüetler ve neredeyse kâğıt hafifliğinde bir zarafete odaklanıyor.

Carbon Redefined

One of the most striking material transformations of the new year is represented by carbon fiber. Until recently associated with high-performance strength and masculine design, this material is entering a more expressive phase. In 2026, carbon balances between two extremes: bold, angular volumes on one side and ultra-thin, elegant forms on the other. This approach perfectly reflects the narrative of 2026 eyewear trends: merging technology with emotion and strength with sophistication. Fleye Copenhagen is one of the pioneers of this evolution. The brand introduced its Carbon Bold series at Silmo Paris 2025, drawing attention with pronounced depth and geometric structure. Now, Fleye is exploring a more refined counterpoint. The new collection, launching in early 2026, focuses on delicate silhouettes and almost paper-thin lightness.

Yüze Mimari Dokunuş:

Heykelsi Silüetler

Heykelsi tasarım eğilimi, 2026 gözlük trendlerine güçlü bir kimlik duygusu kazandırıyor. Bu trend sadece yüz hatlarını takip eden değil, aynı zamanda biçimlendiren formlar üzerine kuruluyor. Görünümler; kalın ön yüzeyler, derin kesimler, keskin geçişler ve ışıkla gölge arasında oynayan dokusal kontrastlar ile mimari özellikler taşıyor. Gözlük dünyasındaki bu yeni trendin, ifadesel olduğu kadar sanatla ergonomiyi birleştiren entelektüel bir yönü de var. Bu yaklaşımı en güçlü şekilde temsil eden markalardan biri olan Berlin merkezli Kuboraum, el işçiliğiyle İtalya’da üretilen modellerini “kullanan kişinin yüzünde tasarlanmış maskeler” olarak tanımlıyor. Markanın her çerçevesi, çok katmanlı asetat ön cepheler, asimetrik köprüler, kumlanmış yüzeyler ve varlığını hissettiren dokusal kütle dengeleriyle adeta bir heykeltraşın ürünlerini sembolize ediyor. Her gözlük bireyselliğe adanmış, küçük ama giyilebilir bir anıt olarak üretiliyor. Dijital çağın tekdüzeleştirdiği dönemde, Kuboraum’un heykelsi gözlükleri, gerçek tasarım kimliğinin üç boyutlu olarak hissedilmesi gerektiğini hatırlatıyor.



Architectural Touch: Sculptural Silhouettes

The sculptural design trend gives 2026 eyewear a strong sense of identity. This trend is built on forms that not only follow the face but also shape it. Looks are architectural, featuring thick fronts, deep cuts, sharp transitions, and textural contrasts that play with light and shadow. The trend combines expressiveness with an intellectual dimension that merges art and ergonomics. One of the brands that embodies this approach most clearly is Berlin-based designer brand Kuboraum. Handcrafted in Italy, the brand describes its models as masks designed on the faces of those who wear them. Each frame is a sculptural expression with multi-layered acetate fronts, asymmetric bridges, sandblasted finishes, and tactile mass that gives it presence. Every pair functions as a small, wearable monument dedicated to individuality. In an era increasingly homogenized by digital uniformity, Kuboraum’s sculptural eyewear reminds us that true design identity must be experienced in three dimensions.

Keskin Zarafet:

Büyük Formlar

Yeni yılla birlikte büyük boy gözlükler hala karakter belirleyen bir stil dili oluşturuyor, ancak artık güç gösterisinden ziyade sofistike yorumlarla denge ve uyumu vurguluyor. Geniş ve büyük boy çerçeveler özenle orantılanırken; incelikli malzeme seçimleri ve zarif ama lüks detaylarla ölçüleri denge leniyor. 2026 yılında büyük boy modeller, etkileyici ama abartısız bir duruş vadeden ölçülü bir gösteriş anlamına geliyor. Miami kökenli Vysen ve Los Angeles merkezli Jacques Marie Mage bu dönüşümün iki özgün temsilcisi olarak öne çıkıyor. Vysen, mimari etkisindeki şekilleri lüks ancak abartısız detaylarla zenginleştirilen metal büyük boy yapılar sunarken; Jacques Marie Mage ise her biri yaklaşık 100 zanaatkarın elinden geçen 300 aşamalı üretim süreciyle hazırlanan sınırlı sayıdaki modellerinde büyük boya zarafet aşıyor. Her iki marka da kullanıcıya özgüven vadeden, kusursuz işçiliğe sahip, abartılı detaylardan arındırılmış ancak lüksü yaşatan gözlükler sunuyor.

Bold Precision: Oversized Forms

With the new year, oversized eyewear continues to define a statement style, but now emphasizes balance and sophistication rather than raw power. Large frames are carefully proportioned and complemented by refined materials and elegant, luxurious details. In 2026, oversized models offer controlled drama: an impressive presence without excess. Miami-based Vysen and Los Angeles-based Jacques Marie Mage stand out as two distinctive representatives of this transformation. Vysen offers architectural shapes and bold metal constructions enriched with subtle luxury details, while Jacques Marie Mage handcrafts its limited editions through a 300-step process involving nearly 100 artisans, bringing elegance to large-scale forms. Both brands deliver eyewear that exudes confidence, impeccable craftsmanship, and restrained luxury, offering a statement without overwhelming the wearer.



EA7 Emporio Armani İlk Serisini Sundu

EA7 Emporio Armani, spor severler için tasarladığı ilk gözlük serisini sunuyor. Serinin lansmanı yeni bir kask ve iki kayak de içeriyor. 2018 PyeongChang Olimpiyatları'nda Alp Disiplini Şampiyonu, 4 Dünya Kupası ve 2 Dünya Şampiyonluğu madalyası sahibi, Armani elçisi ve EA7 Emporio Armani sözcüsü Sofia Goggia şimdi de gözlük koleksiyonunun yeni yüzü oldu. Koleksiyon; temiz, yüzü saran çizgilerle karakterize ediliyor. Biyo-bazlı naylon fiberden aerodinamik tasarımlar, yüksek performanslı metal çerçeveler ve farklı ortamlara kolayca uyum sağlamak için çıkarılabilir bileşenlere sahip modüler yapılar içeriyor.

First Eyewear Line by EA7 Emporio Armani

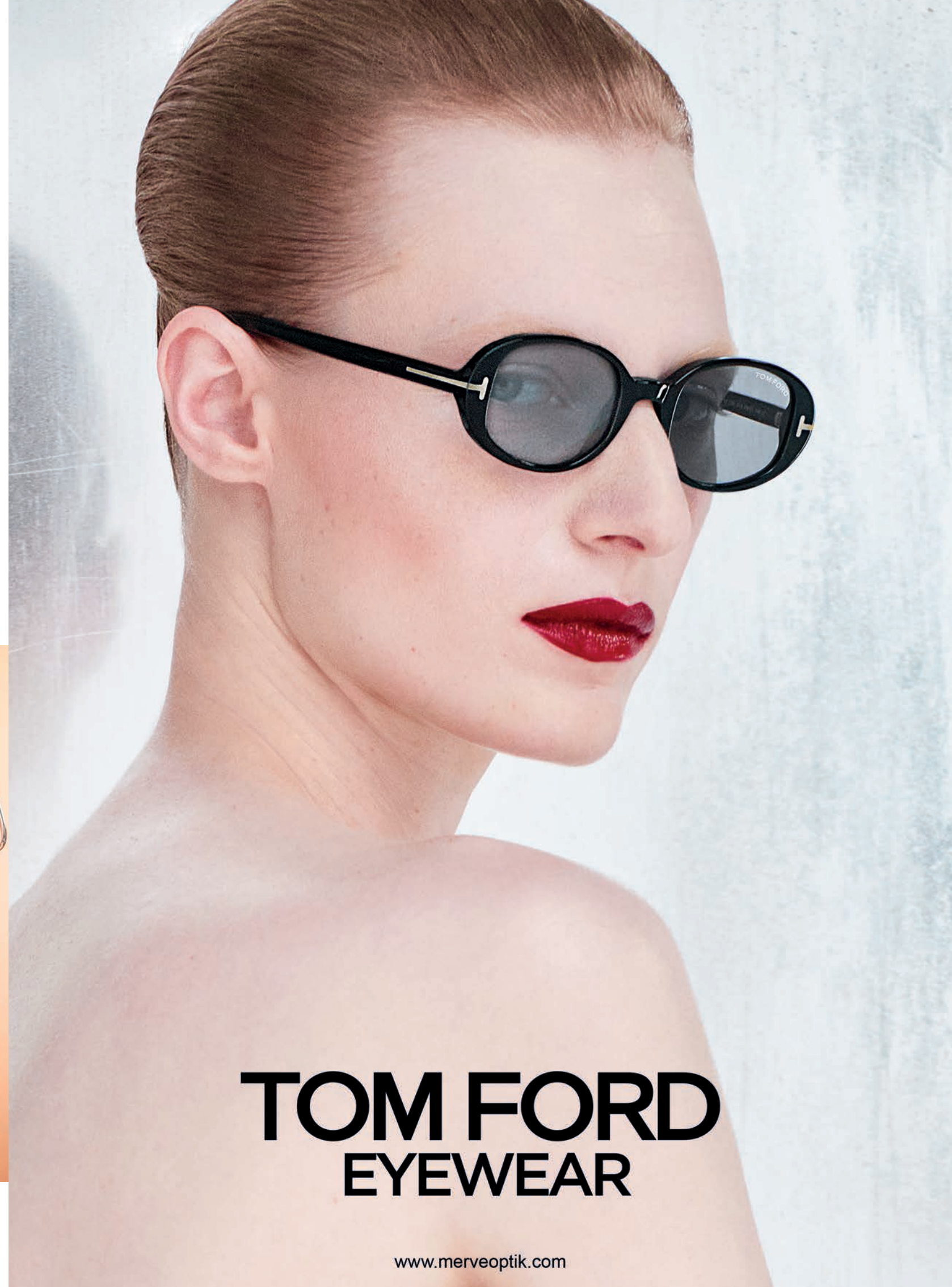
EA7 Emporio Armani presents their first series of eyewear designed for sports enthusiasts. The glasses are part of a launch that includes a helmet and two ski goggles. Sofia Goggia, Olympic downhill champion at PyeongChang 2018, winner of four World Cups, and already an Armani ambassador and EA7 Emporio Armani spokesperson, is the new face of the eyewear collection. The series is characterized by clean, wraparound lines, feature aerodynamic designs in bio-based nylon fiber, high-performance metal frames, and modular structures with removable components, to easily adapt to different environments.

Modo Legacy Serisini Genişletiyor

Modo, Legacy koleksiyonunu 2025 Sonbahar/Kış sezonun için modern silüetler ile zamansız zarafeti dengeleyen yeni tasarımlarla genişletiyor. Yeni tasarımlar, Legacy koleksiyonunun Legacy Acetate, Legacy Titanium ve 8500 alt serilerine eklendi. Her üç seriye eklenen modeller, markanın yenilikçilik ve ustalıklı harmanlanmış imzası niteliğindeki özelliklerini ideal bir şekilde sergiliyor. Modo, yüksek yoğunluklu asetat ile ultra hafif titanyumu birleştirdiği modelleriyle bir kez daha kalıcı, güçlü stili ve konforu bir araya getiren gözlükler sunuyor.

Modo Expands its Legacy Series

Modo is expanding its Legacy collection for the Fall/Winter 2025 season with new designs that balance timeless elegance with modern silhouettes. The new designs have been added to the Legacy Acetate, Legacy Titanium, and 8500 sub-series of the Legacy collection. The models added to all three sub-series perfectly showcase the brand's signature blend of innovation and craftsmanship. Modo once again offers eyewear that combines lasting, powerful style and comfort with models that combine high-density acetate with ultra-lightweight titanium.



TOM FORD EYEWEAR



Hoya E-Eğitim Platformunu Güncelledi

Hoya® Vision Care, optik profesyonelleri, göz doktorları ve iş ortakları için yüksek kaliteli e-öğrenim sunan platformunu güncellediğini duyurdu. Şirket yaptığı açıklamada, “Ürün bilgisi, satış stratejileri, işe alım desteği ve klinik bilgiler sunan ve giderek büyüyen bir kütüphaneye sahip olan Hoya Learning Center, sektörümüzü güçlendiren kişileri eğitmek, yetkinleştirmek ve geliştirmek için tasarlanmıştır. Bu çevrimiçi eğitim platformu ile pratik, erişilebilir ve her role özel olarak tasarlanmış uzmanlar tarafından hazırlanan kurslarla gerçek dünyadaki uygulama ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktayız” dedi.

Hoya Updates E-Learning Platform

Hoya® Vision Care announced that it has updated its platform, which provides high-quality e-learning for optical professionals, practice staff, and business partners. The company stated, “The Hoya Learning Center, which offers product information, sales strategies, recruitment support, and clinical information, and has a growing library, is designed to educate, empower, and develop the people who strengthen our industry. With this online education platform, we aim to meet real-world application needs through practical, accessible courses tailored to each role and developed by experts.”

Eistoffen’den Sessiz Şıklık

Bağımsız İsviçre merkezli gözlük markası Eistoffen, yeni Essentials koleksiyonunu tanıttı. 2025 Sonbahar/Kış sezonu için hazırlanan yeni Essentials koleksiyonu, İsviçre tasarımı-nı birinci sınıf Japon malzemeleriyle birleştiriyor. Serideki 14 yeni model, minimalist tasarımı Japon titanyumu ve dengeli renklerle birleştiriyor. Mat altın, gümüş, tunç ve şampanya renkleri, açık yeşil tonuyla ve hassas bir şekilde ayarlanmış gölgelerle buluşuyor. Eistoffen yeni koleksiyonu Essentials ile hem işlevselliği hem de estetiği önemseyen kullanıcılar için akıllı bir stil seçeneği vadediyor.

Eistoffen Offers Silent Elegance

Swiss independent eyewear brand Eistoffen has unveiled its new Essentials collection. Crafted for the Fall/Winter 2025 season, the collection seamlessly merges Swiss design with premium Japanese materials. The 14 new models in the series combine minimalist forms with Japanese titanium and a refined color palette. Matte gold, silver, bronze, and champagne tones meet soft green hues and meticulously calibrated shades. With the Essentials collection, Eistoffen offers a smart style choice for those who value both functionality and aesthetics.



L I N D B E R G



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 7 / C2

CEMFA GÖZLÜK SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ - CEMFA GÖZLÜK



Persol Siyahı Selamlıyor

Persol 2025 Sonbahar/Kış sezonunu Total Black Arrow isimli film noir ruhunu yansıtan muhteşem bir kampanyayla sunuyor. Kampanya çekimlerinde Persol elçileri olarak İtalyan modeller Chiara Scelsi ve Filipe Nieves boy gösteriyor. Yeni kampanyada gizem, güç ve abartısız sofistikeliği temsil eden siyah ve birçok tonu; ışık ve karanlık, matlık ve parlaklık arasındaki zıtlıklarla yeni gözlükleri eşsizce vurguluyor. Yeni modellerde; işlevsel bir menteşe ve kalıcı bir marka sembolü olan ikonik Persol oku artık sadece dekoratif bir detay değil, estetik anlatının gerçek kahramanı olarak görünümün odak noktası haline geliyor.

Persol Salutes Black

Persol presents its FW 2025 season with a stunning campaign, Total Black Arrow, reflecting the spirit of film noir. Italian models Chiara Scelsi and Filipe Nieves star as Persol ambassadors in the shoot. The campaign uniquely highlights the new eyewear through contrasts between light and dark, matte and glossy finishes, featuring black and its many shades that represent mystery, power, and understated sophistication. In the new models, the functional hinge and the iconic Persol arrow, are no longer just decorative details; they have become the true protagonist of the aesthetic narrative.

Sea2see Fransa’da Mağaza Açtı

Sea2see, bağımsız Fransız optisyen Julien Clavel ile işbirliği yaparak Grenoble’ın merkezinde, markanın sürdürülebilir gözlüklerine özel olarak tasarlanmış bir mağaza açtı. Mağaza açılışına yönelik işbirliği; çevresel etki, inovasyon ve şeffaflık konusunda ortak anlayışı yansıtıyor. Yeni Sea2see mağazası, müşterilere markanın okyanus ve denizlerin korunması odaklı misyonu ve değerleriyle doğrudan etkileşim kurma fırsatı sunuyor. Grenoble’ın yaya alışveriş caddelerinden birinde bulunan yeni mağaza, Sea2see’nin sürdürülebilir değerlerini yansıtan çağdaş bir iç tasarımıyla dikkat çekiyor.

Sea2see Opens Store in France

Sea2see has partnered with independent French optician Julien Clavel to open a store in the center of Grenoble, designed specifically for the brand’s sustainable eyewear. The collaboration for the store opening reflects a shared understanding of environmental impact, innovation, and transparency. The new Sea2see store offers customers the opportunity to engage directly with the brand’s mission and values focused on protecting oceans and seas. Located on one of Grenoble’s pedestrian shopping streets, the new store features a contemporary interior design that reflects Sea2see’s sustainable values.



BURBERRY



Mykita'dan Heykelsi Hafiflik

Mykita, ultra ince asetat çerçevelerden oluşan Lite koleksiyonuna yeni modeller eklediğini duyurdu. Zarif detaylar, cilalı yüzeyler modern ve etkileyici bir tasarım diliyle yeni optik silüetlerde bir araya geliyor. Şık estetiği ve sade çekiciliğiyle tanınan Lite Acetate, yeni 4 mm konektör sayesinde artık daha cesur ve heykelsi bir görünüm sergiliyor. Bu tasarım yeniliği, yapısal stabiliteyi artırmakla kalmıyor, aynı zamanda kullanıcısının ifade gücünü de yükseltiyor. Mykita, heykelsi hafifliği kusursuzca sunduğu en yenileriyle, cesur çizgiler ve sessiz lüks dengesini bir kez daha kuruyor.

Sculptural Lightness from Mykita

Mykita has announced the addition of new models to its Lite collection, featuring ultra-thin acetate frames. Elegant details and polished finishes come together in new optical silhouettes with a modern and impressive design language. Known for its sleek aesthetics and understated appeal, Lite Acetate now boasts a bolder, more sculptural direction with the new 4 mm connector. This design innovation not only increases structural stability but also enhances the wearer's expressive power. Mykita once again strikes the balance between bold lines and understated luxury with its latest offerings, which flawlessly deliver sculptural lightness.

Tree Spectacles'dan Ayra Serisi

Tree Spectacles minimalist anlayışla hazırladığı yeni Ayra koleksiyonunu tanıttı. Bağımsız İtalyan marka Ayra koleksiyonunda titanyum ve zarif şeffaf malzemeleri, doygun olmayan tonlar ve geometrik çizgilerle birleştirmiştir. Tree Spectacles'ın Kurucu Ortağı Marco Barp, "Yeni Ayra koleksiyonu her segmente süreklilik ve derinlik kazandırmak, mevcut her serinin kimliğini güçlendirmek gibi net bir amaçtan doğdu. Her model, bir bütünün parçası olarak tasarlanmış, birbiriyle çakışmayacak, mevcut ve güncel modelleri taze bir tasarım esintisiyle zenginleştirecek şekilde tasarlanmıştır" dedi.

Ayra Series by Tree Spectacles

Tree Spectacles introduced its new Ayra collection. The independent Italian brand has combined fine titanium and elegant transparent materials with desaturated tones and gentle geometric lines in the Ayra. Tree Spectacles Co-Founder Marco Barp said: "The new Ayra collection is born with a clear intention: to provide continuity and depth to every segment of the collection, strengthening the identity of each existing series. Each model has been conceived as part of a whole, designed to complement, not to overlap; to enrich the existing and current models with a breath of fresh design."



AMG

ic! berlin



Eyecon Kapılarını 2. Kez Açıyor

Lüks gözlük fuarı Eyecon, 6-8 Mart 2026 tarihleri arasında New York'taki Glasshouse'da ikinci kez düzenleneceğini duyurdu. Fuar, gözlük tasarımcılarını, perakendecileri ve moda dünyasının önde gelen isimlerini bir araya getirecek. Eyecon 2026, ilk yılın inovasyon ve hikaye anlatıcılığı odaklı temelini daha da güçlendirirken, misyonunu genişleterek yeni nesil lüks gözlükleri öne çıkaracak. Eyecon, yeni nesil tasarımcıları, vizyoner perakendecileri ve sınırları zorlayan yaratıcıları bir araya getirirken, gözlük sektörünü şekillendiren ustalık ve etkilere sahip köklü markaların mirasını da onurlandırmaya devam edecek.

Eyecon Ready for 2nd Editon

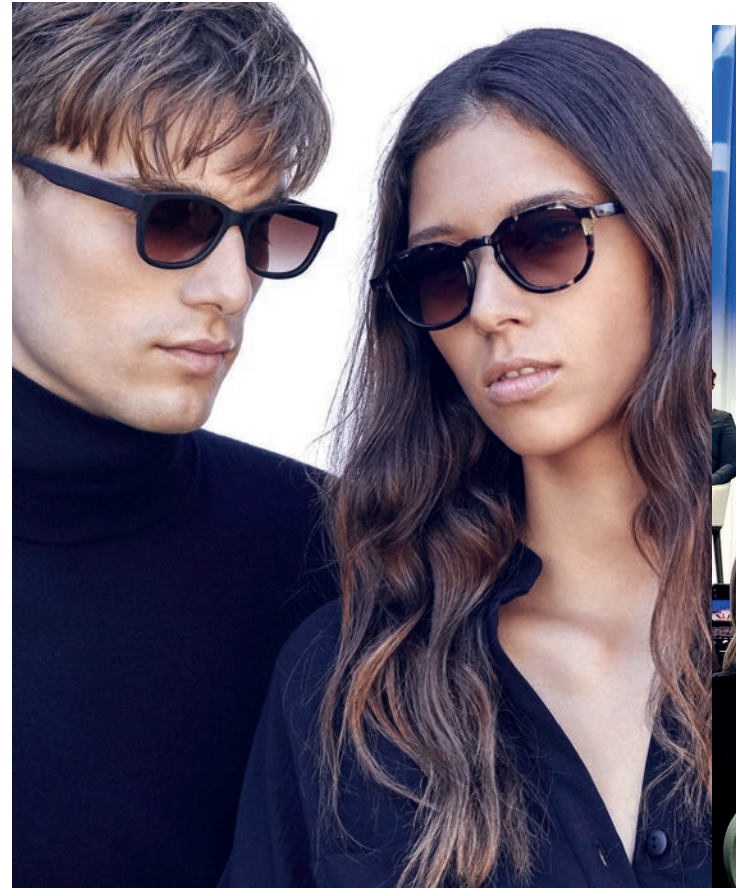
Premium luxury eyewear show Eyecon announces its second edition at The Glasshouse in New York City from March 6-8, 2026. The show will bring together influential eyewear designers, retailers and fashion insiders. Eyecon 2026 will both build on the inaugural year's foundation of innovation and storytelling and expand its mission to highlight the next generation of luxury eyewear. Eyecon will include emerging designers, visionary retailers and boundary-pushing creatives, while also continuing to honor the legacy of established brands whose craftsmanship and influence have shaped the eyewear industry.

DEG Altı Fransız Markasıyla Genişliyor

Design Eyewear Group, Fransız şirket Knco'dan 6 gözlük markasını satın aldığını duyurdu. Satın alma, 2 tescilli yetişkin markası olan Francois Pinton ve Karavan, 2 tescilli çocuk markası olan Karavan Kids ve Kaliboo ile lisanslı çocuk markaları Jacadi ve Catimini'yi içeriyor. Design Eyewear Group'un Ceo'su Lars Flyvholm, "Bu yeni satın alım, yolculuğumuzda bir başka önemli adımı simgeliyor. Haziran ayında Menrad'ı satın almamızın ve Jaguar, Joop, Bogner ve Morgan ile lisans anlaşmaları yapmamızın ardından, bu yeni adımımız bize büyüme için daha da geniş bir temel sağlıyor."

DEG Expands with Six French Brands

Design Eyewear Group announced the acquisition of six eyewear brands from the French company Knco. The acquisition includes two proprietary adult brands – Francois Pinton and Karavan – two proprietary children's brands – Karavan Kids and Kaliboo – as well as the licensed children's brands Jacadi and Catimini. Design Eyewear Group's Ceo Lars Flyvholm said: "This is another important step in our journey. Following our June acquisition of Menrad and the licensing agreements with Jaguar, Joop, Bogner, and Morgan, this new addition gives us an even broader foundation for growth."



MASUNAGA



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 7 / C2



Off-White Mondottica Portföyüne Katıldı

Mondottica Group, Off-White™'ı portföyüne ekleyerek lüks marka ortaklarını daha da genişletti. Dünyanın en etkili ve en çok talep gören moda markalarından biri olan Off-White™, Mondottica Group ile 1 Ocak 2026'da piyasaya sürülecek olan üniseks güneş gözlüğü ve optik gözlük modellerinden oluşan eksiksiz bir koleksiyon için işbirliği yapıyor. Mondottica Ceo'su Tony Pessok, "Lüks marka ortaklarımızdan oluşan portföyümüzü daha da genişletirken, Off-White™'ı Mondottica Group'a dahil etmekten büyük mutluluk duyuyoruz. Gözlük ürün yelpazemizi zenginleştiren Off-White™, lüks sektöründe yenilikçi bir düşünce lideridir" dedi.

Off-White Joins Mondottica's Portfolio

Mondottica Group further expands its portfolio of luxury partners with the addition of Off-White™. One of the world's most influential and in-demand fashion labels, Off-White™ is partnering with Mondottica Group on a full range of unisex Sun and Optical eyewear styles launching on 1 January 2026. Tony Pessok, Ceo of Mondottica said, "We are delighted to welcome Off-White™ to the Mondottica Group. Elevating our eyewear offer, Off-White™ is an innovative thought leader within the luxury sector. We are pleased to develop and showcase our range of genderless Optical and Sun styles for the next generation of luxury consumers."

J.F. Rey Çocukları Özgürleştiriyor

J.F. Rey, 40. yıldönümünü en sembolik tasarımlarından JF2207'nin yeniden yorumu olan Iconic40'ın lansmanı ile kutluyor. Sektörde Scorpion olarak tanınan JF2207 ilk kez 2007 yılında piyasaya sürülmüştü. İkonik hale gelen orijinal çerçeve; cesur, dinamik ve tartışmasız avantgard bir tasarım ifadesi sunuyor. J.F. Rey, 40 yıllık yaratıcılık deneyimini onurlandırmak için inovatif bir bakış açısıyla Scorpion'u yeniden yorumlayarak Iconic40'a hayat verdi. Her renk için sadece 400 adet üretilen Iconic40; rafine yüzeyler, premium malzemeler ve özel bir renk paleti ile orijinal modelin heykelsi avangart ruhunu daha da yükseltiyor.

J. F. Rey Celebrates Its 40 Years

J.F. Rey celebrates its 40th anniversary with the launch of Iconic40, a reinterpretation of one of its most iconic designs, the JF2207. Known in the industry as the Scorpion, the JF2207 was first launched in 2007. The original frame, which has become iconic, offers a bold, dynamic, and unquestionably avant-garde design statement. J.F. Rey has created Iconic40 by reinterpreting Scorpion with an innovative perspective to honor its 40 years of creative experience. Produced in a limited edition of only 400 pieces per color, Iconic40 elevates the original model's sculptural avant-garde spirit with refined finished, premium materials, and an exclusive color palette.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / B3

ANT
o p t i k



SERENGETI®



Kering Eyewear'den 3. Çeyrekte Gelir Artışı

Kering Eyewear üçüncü çeyrek kazanç açıklamasında, 2024 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 7'lik bir gelir artışı bildirdi. Kering Eyewear ve kurumsal segmentin toplam geliri 2025 yılının üçüncü çeyreğinde 448 milyon Euroya ulaştı. Bu rakam, raporlanan rakamlara göre yüzde 2, karşılaştırılabilir bazda ise yüzde 6 artışa tekabül ediyor. Kering Group'un, üçüncü çeyrekte raporlanan gelirlerinde ise yüzde 10'luk bir düşüş yaşarken, karşılaştırılabilir gelirlerde yüzde 5'lik bir azalma kaydedildi. Kering Group, bu oranların 2025'in ikinci çeyreğindeki yüzde 15'lik düşüşe kıyasla bir iyileşme olduğunu açıkladı.

Revenue Growth from Kering Eyewear

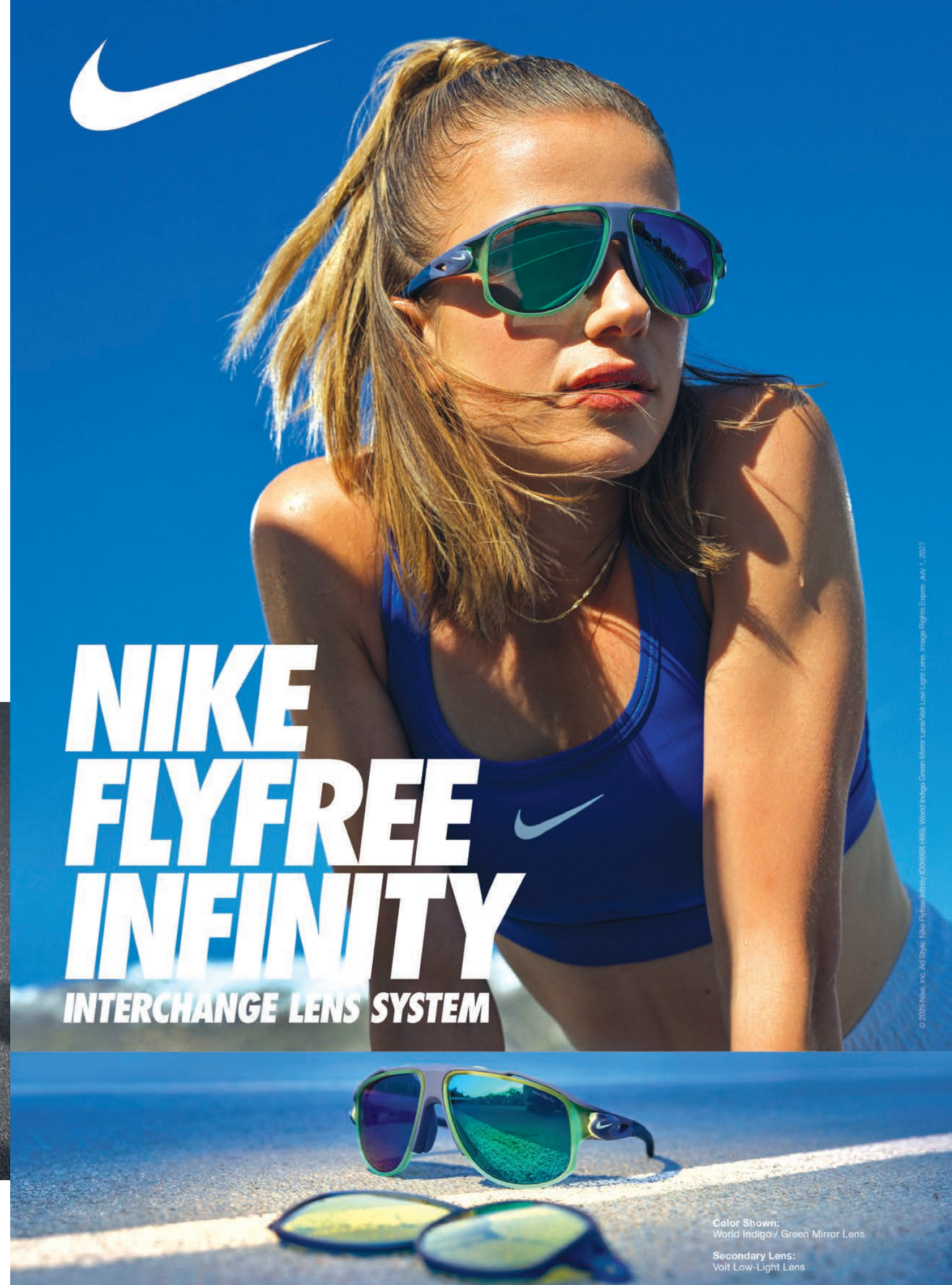
Kering Eyewear reported a 7% increase in revenue in its third-quarter earnings announcement compared to the same period in 2024. Total revenue for Kering Eyewear and the corporate segment reached €448 million in the third quarter of 2025. This figure represents a 2% increase on a reported basis and a 6% increase on a comparable basis. Kering Group's reported revenue declined by 10% in the third quarter, while comparable revenue decreased by 5%. Kering Group stated that these figures represent an improvement compared to the 15% decline in the second quarter of 2025.

Nirvan Javan'dan İlk 3D Baskı Seri

Nirvan Javan 3D baskı yöntemiyle hazırladığı ilk koleksiyonunu sunuyor. 10 yılını kutlayan marka Zurich isimli yeni koleksiyonunda en küçük ayrıntıya kadar yenilikçiliği sergiliyor. Zurich serisindeki çerçevelerin ön kısımları PA12 nylon tozundan 3D baskıyla üretilmiş; ön çerçeve parmak izi bırakmayan Pvd kaplamalı premium paslanmaz çelik saplar ve özel selüloz bazlı sap uçlarıyla birleştirilmiştir. Nirvan Javan ilk 3D baskı premium serisinde İsviçre'de tasarlanıp geliştirilen ve konforu optimum seviyeye çıkaran vidasız pres geçme menteşeler kullanmıştır. Zurich koleksiyonunda mat siyah yüzeyler, Javan'ın temiz geometrik çizgileriyle tamamlanmıştır.

First 3D Printed Line by Nirvan Javan

Nirvan Javan presents its first collection created using 3D printing technology. Celebrating its 10th anniversary, the brand showcases innovation down to the smallest detail in its new Zurich collection. The frame fronts are 3D printed from PA12 nylon powder, seamlessly combined with high-grade stainless steel temples featuring a PVD coating, anti-fingerprint finish, and custom cellulose-based temple tips. A newly engineered, screwless press-fit hinge – designed and developed in Switzerland – ensures an exceptionally smooth and precise movement. The Zurich line features matte black surfaces complemented by Javan's clean geometric lines.



NIKE
FLYFREE
INFINITY
INTERCHANGE LENS SYSTEM



Color Shown:
World Indigo / Green Mirror Lens

Secondary Lens:
Volt Low-Light Lens



Lafont 80'ler Arşivini Yorumladı

Lafont Paris yeni kapsül koleksiyonu Perfect'i tanıttı. Yeni kapsül seri, sofistike Fransız tarzını, zarafetini ve çağdaş stilini yansıtıyor. Lafont 80'lerdeki Penelope, Showtime ve Ramatuelle gibi ikonik tasarımlarını dekoratif çivi ve kristal detaylarıyla yeniden yorumluyor. Kontrollü hacimleri, parlak kenarları ve mücevherlerden ilham alan tasarımıyla Perfect kapsül koleksiyonu, Lafont Paris'in yaratıcılığını ve ince işçiliğe olan bağlılığını kutluyor. Perfect kapsülündeki her parça zarif bir estetiğin cesaret ve otantik Fransız duyarlılığıyla buluşmasını temsil ediyor. Lafont yeni modelleriyle kadınlara kendine güveni vadediyor.

Lafont Reinterprets its 80s Archive

Lafont Paris has unveiled its new capsule collection, Perfect. The new capsule reflects sophisticated French style, elegance, and modern flair. Lafont reinterprets iconic designs from the 80s, such as Penelope, Showtime, and Ramatuelle, with decorative studs and crystal details. With its controlled volumes, bright edges, and jewelry-inspired design, the Perfect capsule celebrates Lafont Paris' creativity and commitment to fine craftsmanship. Each piece in the Perfect capsule represents the meeting of refined aesthetics with boldness and authentic French sensibility. Lafont promises women confidence with its new models.

Izipizi Spor Tutkunlarına Ulaşıyor

Paris merkezli Izipizi yepyeni bir teknolojik adım atarak doğa ve spor tutkunları tasarladığı Flash'ı sunuyor. Minimalist çizgileri ve teknik özellikleri güçlü olan üniseks güneş gözlüğü Flash, ışık geçişlerine uyum sağlayan ve her türlü arazide görüşü optimize eden yapısıyla her koşulda keskin ve net bir görüş vadediyor. Akıllı fotokromik cam sayesinde, renk tonu saniyeler içinde kategori 1'den 3'e otomatik olarak değişen ışık koşullarına göre ayarlanıyor. Flash, cesur tasarımı, performans hizmet eden teknolojisi ve çok yönlülüğü ile Izipizi'nin aktif açık hava sporları tutkunlarına ulaşmasını sağlıyor.

Izipizi Reaches Sports Enthusiasts

Paris-based Izipizi takes a bold technological step with the launch of Flash, designed for nature and sports lovers. The unisex sunglasses feature minimalist lines and advanced technical qualities, offering sharp and clear vision in any condition by adapting to changing light and optimizing visibility across all terrains. Thanks to smart photochromic lenses, the color tint automatically adjusts within seconds from category 1 to 3 according to the light conditions. With its daring design, performance-driven technology, and versatility, Flash allows Izipizi to connect directly with active outdoor sports enthusiasts.



RODENSTOCK MYCON™

MİYOPİYİ DÜZELTİR VE İLERLEMESİNİ YAVAŞLATABİLİR.
SAĞLIKLI GÖRÜŞ, MUTLU ÇOCUK



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 7 / C4

Rodenstock Türkiye Distribütörü: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
rodenstock.com.tr

R
RODENSTOCK
Because every eye is different



Prada Linea Rossa'dan Yeni Kampanya

Prada Linea Rossa, yeni gözlük kampanyası New Hights'ı marka yüzü ünlü aktör Jake Gyllenhaal ile tanıtıyor. Ünlü aktör geçen sezon Luna Rossa Prada Pirelli ekibi ile yelkencilik odaklı kampanya sonrası bu kez yüksek irtifalı zirvelere odaklanarak açık hava çekimlerine devam ediyor. Rory van Milligen tarafından çekilen yeni kampanyada, zorlu yürüyüş için donanımlı aktörün kararlılık ve odaklanma ile buzlu manzaralarda yol alışını vurgulanıyor. Prada Linea Rossa, yeni gözlüklerinin enerjisini ve direncini; zorlu ortamlara uyum sağlamak ve dayanmak için gereken fiziksel ve zihinsel gücü hatırlatan kampanyasıyla kutluyor.

New Campaign by Prada Linea Rossa

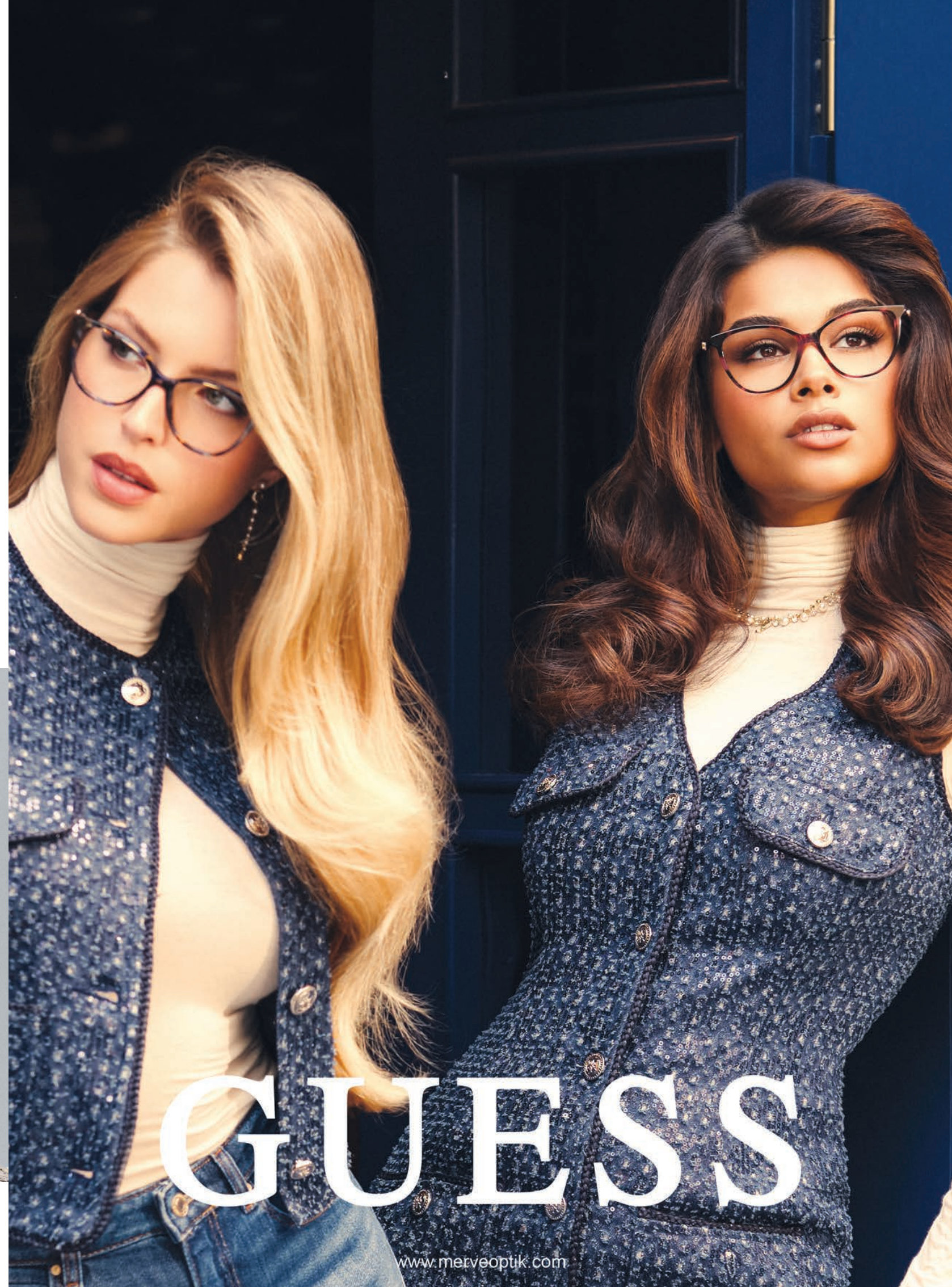
Prada Linea Rossa introduces its new eyewear campaign, New Heights, featuring brand ambassador Jake Gyllenhaal. Following last season's sailing-focused campaign with the Luna Rossa Prada Pirelli team, the famous actor continues his outdoor shoots, this time focusing on high-altitude peaks. Shot by Rory van Milligen, the new campaign highlights the actor's determination and focus as he navigates icy landscapes equipped for challenging treks. Prada Linea Rossa celebrates the energy and resilience of its new eyewear with a campaign that evokes the physical and mental strength required to adapt to and endure demanding environments.

Atlant'dan Yepyeni Titanyum Seri

Gigi Studios tarafından erkeklere özel ve onların eşsiz ifade gücünü tamamlamak amacıyla kurulan Atlant Eyewear, titanyum yapılarla hazırladığı yeni koleksiyonunu sunuyor. Form ve malzeme deneylerini sürdüren Atlant'ın yeni koleksiyonu; teknik, dayanıklılık ve tasarım arasındaki bağı güçlendirerek markanın mimari hassasiyetini metalik evrene taşıyor. Koleksiyon saf titanyum ve beta titanyumdan üretilen yeni çerçeveleri içeriyor. Bu yapılar hafiflikleri, esneklikleri ve dayanıklılıkları ile öne çıkıyor. Atlant erkekler için yenilikçilik ile konforu dengeleyen, cesur stiller sunuyor.

New Titanium Series by Atlant

Atlant Eyewear, founded by Gigi Studios specifically for men to complement their unique expressive power, presents its new collection crafted from titanium structures. Continuing its experiments with form and material, Atlant's new collection strengthens the bond between technology, durability, and design, bringing the brand's architectural precision into the metallic universe. The collection features new frames made from pure titanium and beta titanium. These structures stand out for their lightness, flexibility, and durability. Atlant offers bold styles for men that balance innovation with comfort.





Gigi Studios Roots Serisini Sunar

Gigi Studios yeni Roots koleksiyonunu sunuyor. Marka, Root serisi için dünyanın dayanıklılığından, doğanın döngülerinden ve bu döngülerin yavaş yavaş ortaya çıkışından ilham alıyor. Koleksiyon, hassas geometrik çizgilerle organik şekilleri birleştirerek yapı ve öngörülemezlik arasında bir denge kuruyor. Mazzucchelli ile işbirliği içinde mineral benzeri damarları olan özel asetatlar geliştiren Gigi Studios, bu sayede renk zenginliği ve görsel derinliği garantilemiştir. Seride büyük boy kare çerçeveli Shale, güçlü karakteri ve belirginliği ile öne çıkarken, Moss modeli ise organik nüanslara sahip yeşil mermer desenli kedi gözü formuyla dikkat çekiyor.

Gigi Studios Presents Roots

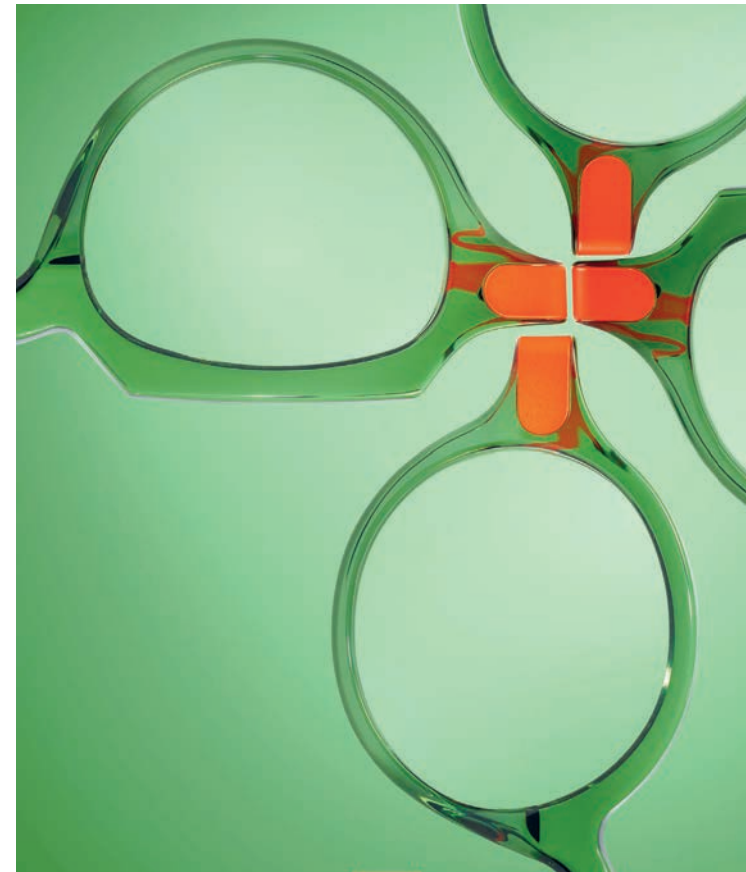
Gigi Studios presents its new Roots collection. The brand is inspired by the resilience of the earth, the cycles of nature, and the slow unfolding of nature for Root series. The collection combines precise geometric lines with organic shapes, achieving a balance between structure and unpredictability. In collaboration with Mazzucchelli, exclusive acetates featuring mineral-like veins have been developed, adding chromatic richness and visual depth. An oversized square frame, Shale stands out strong character and definition, and model Moss, a green marbled cat-eye with organic nuances.

Theo, Asetat ve Metali Kutluyor

Belçikalı Theo Eyewear en yenisi Partnership'i sunuyor. Yeni koleksiyon Duet, Pair, Couple, Twosome ve Dua adlı 5 modelden oluşuyor. Yeni Theo modellerinin asetat ön yüzleri, titanyum saplarla birleştirilmiş ve her iki malzeme arasındaki zarif denge asetat sap uçlarıyla ideal bir şekilde sağlanmıştır. Partnership için seçilen renklerin kullanılan malzemelerle uyumu estetik güzelliği garantilerken, serinin tümüne görsel ritim ekliyor. Theo, asetat ve titanyum arasındaki dengeyi kutladığı Partnership koleksiyonuyla, dayanıklılık, hafiflik ve estetiğin güçlü birlikteliğini gözler önüne seriyor.

Theo Presents Partnership

Belgian Theo Eyewear presents its latest collection, Partnership. The new collection consists of five models: Duet, Pair, Couple, Twosome, and Dua. The acetate fronts of the new Theo models are combined with titanium temples, and the elegant balance between the two materials is perfectly achieved with acetate temple tips. The harmony of the colors chosen for Partnership with the materials used guarantees aesthetic beauty while adding visual rhythm to the entire series. With the Partnership collection, which celebrates the balance between acetate and titanium, Theo showcases the powerful combination of durability, lightness, and aesthetics.



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

SALON 6 / C8 B

be 4ty+ S-Fusion®

optiswiss



Mondottica, Palm Angels ile Anlaştı

Mondottica Group, Palm Angels'ı yeni lüks marka ortağı olarak duyurdu. Sınırları olmayan küresel bir marka olan Palm Angels, Mondottica Group'un genişleyen lüks marka portföyüne Vivienne Westwood'un ardından katılıyor. Palm Angels 2026 güneş gözlüğü ve 2026 İlkbahar/Yaz optik çerçeve koleksiyonu 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren satışa sunulacak. Kaliforniya'nın karşı kültürünü İtalyan zanaatkarlığıyla birleştiren ve lüks sokak giyiminin küresel bir sembolü haline gelen Palm Angels'ın 2026 güneş gözlüğü koleksiyonu, beş renge kadar 20 asetat ve metal üniseks modelden oluşuyor.

Mondottica Inks with Palm Angels

Mondottica Group has announced Palm Angels as its new luxury brand partner. Palm Angels, a global brand without boundaries, joins Mondottica Group's expanding luxury brand portfolio following Vivienne Westwood. Palm Angels' 2026 sunglasses and 2026 Spring/Summer optical frame collection will be available for sale starting January 1, 2026. Combining California's counterculture with Italian craftsmanship and becoming a global symbol of luxury streetwear, Palm Angels' 2026 sunglasses collection consists of up to five colors in 20 acetate and metal unisex models

Marcolin ve Bellisario Vakfı Ortaklığı

Marcolin Group, cinsiyet eşitliği ve sosyal sürdürülebilirliği teşvik etmek için ikinci yıl üst üste Bellisario Vakfı ile güçlerini birleştirdi. Şirket, 17-18 Ekim tarihlerinde Roma'da 25. kez düzenlenen "Kadınlar, Ekonomi ve Güç" seminerine katıldı. Marcolin Group, insan refahını desteklemek için iş-yaşam dengesi, esnek çalışma saatleri, uzaktan çalışma ve 7/24 psikolojik destek hizmeti gibi konuları kapsayan sosyal yardım programlarını teşvik ediyor. Marcolin ayrıca Liderlik Akademisi aracılığıyla özellikle kadın liderliğe odaklanarak gelecekteki yöneticilerin gelişimine yatırım yapıyor.

Marcolin and Bellisario Foundation Collab

For the second year in a row, Marcolin Group has joined forces with the Bellisario Foundation to promote gender equality and social sustainability. The Company took part in the 25th edition of the "Women, Economy & Power" seminar, held in Rome from October 17 to 18. To support people's well-being, Marcolin promotes welfare programs for work-life balance, flexible working hours, remote work, and a 24/7 psychological support service. Through its Leadership Academy, the Group invests in developing future managers, with a specific focus on female leadership.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C3





Zeiss ve Fielmann İşbirliği Yaptı

Zeiss Vision Care, Fielmann Group'tan Ocumeda AG'nin yüzde 10 hissesini 10 milyon Euroya satın aldığını ve yüzde 25 hisseye kadar daha alma niyetinde olduğunu duyurdu. Bu işlemlerle Ocumeda'nın değeri 100 milyon Euro olarak belirlendi. Fielmann Group CEO'su Marc Fielmann, "Zeiss Vision Care'i Ocumeda'nın stratejik yatırımcısı olarak aramıza almaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Bu ortaklık, birincil göz bakımını erişilebilir ve uygun fiyatlı hale getirmeyi hedefleyen 2035 büyüme stratejimiz için önemli bir kilometre taşıdır. Bu işbirliği sayesinde herkesin dünyadaki güzellikleri görmesine yardımcı olma amacımızı sürdürüyoruz" dedi.

Zeiss & Fielmann Become Partners

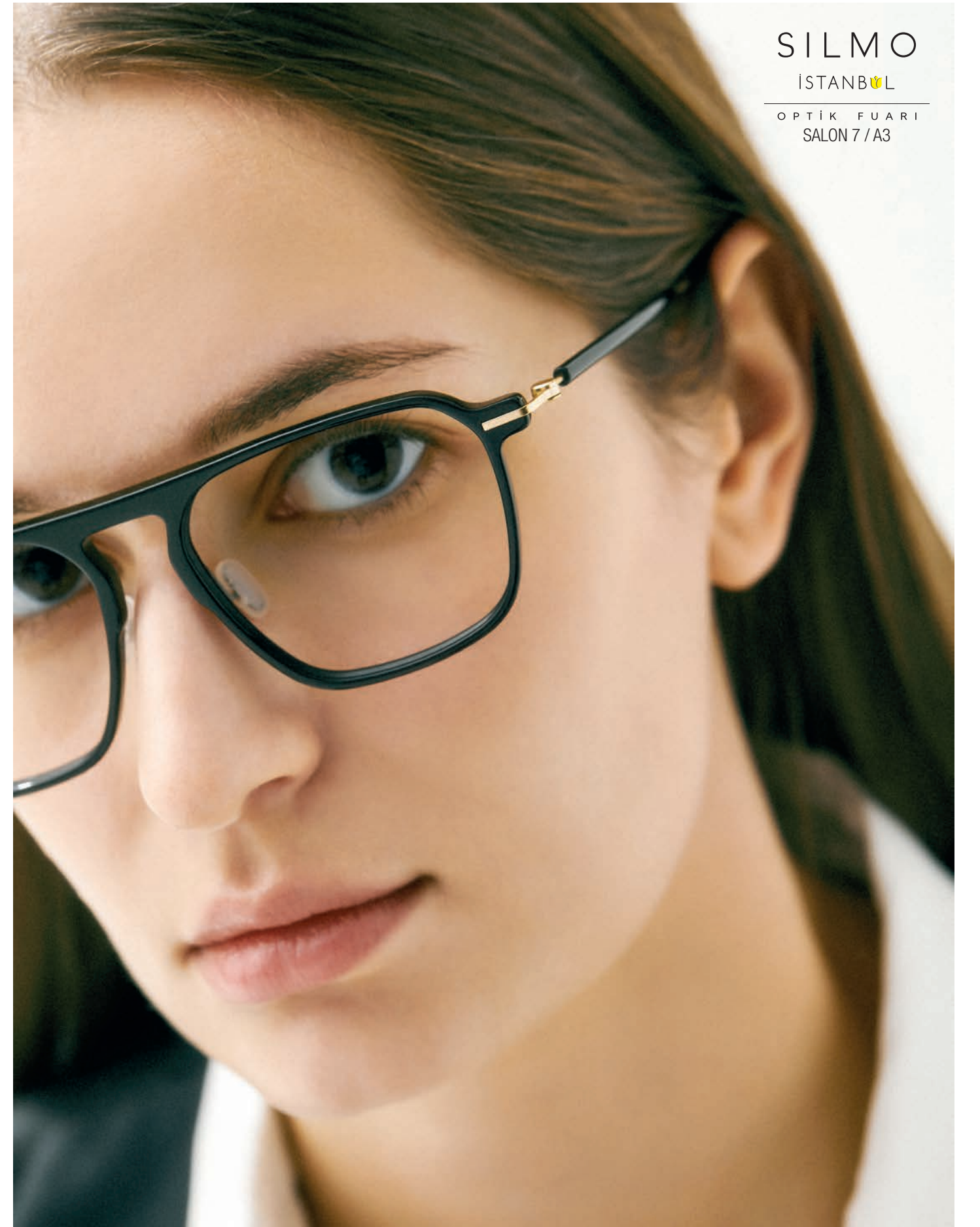
Zeiss Vision Care has announced that it has signed a definitive agreement to acquire a 10% stake in Ocumeda AG from Fielmann Group for €10m, with the intention to acquire up to a 25% stake. The transaction values Ocumeda at €100m. Marc Fielmann, CEO of Fielmann Group: "We are excited to welcome Zeiss Vision Care as a strategic investor in Ocumeda. This partnership marks an important milestone in Fielmann Group's Vision 2035 growth strategy, which aims to make primary eyecare accessible and affordable. This way we pursue our purpose that help everyone hear and see the beauty in the world."

2027 Gözlük Trend Raporu Hazır!

Selin Olmsted Studio, göz bakım uzmanları, bağımsız gözlük markaları, yaşam tarzı markaları, lisans şirketleri, tasarım okulları ve gözlük üreticileri için hazırladığı 2027 Gözlük Trend Raporu'nu yayınladı. 50 sayfanın üzerindeki rapor; moda, müzik, sanat, mimari ve tasarım trendlerinin 2027'de gözlük tasarımı, geliştirilmesi ve pazarlanmasına nasıl etki edeceğine dair önemli bilgiler sunuyor. Markanın Kurucusu ve Kreatif Direktörü Selin Olmsted, "Bu yıl raporumuzu tasarım öngörülerinin yanı sıra, üretim uzmanlığını da dahil ederek bir üst seviyeye taşıdık" dedi.

2027 Eyewear Trend Report Is Here!

Selin Olmsted Studio has released its 2027 Eyewear Trend Report, prepared for eye care professionals, independent eyewear brands, lifestyle brands, licensing companies, design schools, and eyewear manufacturers. Spanning over 50 pages, the report offers valuable insights into how fashion, music, art, architecture, and design trends will influence eyewear design, development, and marketing in 2027. Founder and Creative Director Selin Olmsted said, "This year, we've elevated our report by incorporating manufacturing expertise alongside design forecasting."



VYCOZ

 Armatı Gözlük

ARMATİ GÖZLÜK VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.

Acıbadem Mah. Şeyh Galip Sokak No:2-1/6 Kadıköy İstanbul | 0 532 416 04 86



İngiliz Tasarımı Japon Ustalığıyla Buluştu

Cutler and Gross, İngiliz tasarım mirasını Japon ustalığıyla birleştiren yeni koleksiyonu Knightsbridge Green'i tanıttı. Üç optik çerçeve ve iki güneş gözlüğü modelinden oluşan koleksiyondaki her çerçeve, sekiz aylık bir ustalık ve 300 aşamalı bir süreç sonucunda metalden özenle üretildi. Kreatif Direktör Alessandro Marcer, Art Deco döneminin grafiksel özgüveninden ilham alarak, ince detaylarla geometrisini Knightsbridge Green için yeniden yorumladı. Koleksiyon, titanyumun ağırlık olmadan güç, aşırılık olmadan zarafet ve form ile işlev arasında zamansız bir denge kurma gibi tüm eşsiz özelliklerini taşıyor.

British Design Meet Japanese Mastery

Cutler and Gross unveils Knightsbridge Green, a new collection that bridges British design heritage with Japanese mastery. Comprising three optical and two sunglass styles, each frame is the result of eight months of craftsmanship and a 300-step process as an act of devotion rendered in metal. Creative Director Alessandro Marcer draws on the graphic confidence of the Art Deco era, reinterpreting its geometry through fine detailing. The collection embodies everything titanium stands for: strength without weight, elegance without excess, and a timeless balance between form and function.

I.a. Eyeworks Yeni Lokasyona Geçti

I.a. Eyeworks, Los Angeles'ta yeni bir merkez açtı. Yapımı iki yıldır süren lokasyon, pergola ile örtülü bir yürüyüş yoluyla bağlanan iki binadan oluşuyor. Büyük olan bina, markanın reçeteli gözlük ve güneş gözlüğü koleksiyonlarının sergilenildiği showroom'a ev sahipliği yapıyor. I.a. Eyeworks İletişim Direktörü Brent Zenger, "Çoğalan fikirlerimiz için daha geniş bir yer açmamız gerekiyordu. Burayı, üniversitelerdeki gibi fikir alışverişinde bulunmak ve yeni keşifler yapmak amacıyla açtığımızdan kampüs olarak adlandırıyoruz" dedi. Markanın yeni merkezi Escher GuneWardena Architecture'in yöneticileri Frank Escher ve Ravi GuneWardena tarafından tasarlandı.

I.a. Eyeworks Moves to New Location

I.a. Eyeworks has opened a new center in Los Angeles. The location, which took two years to build, consists of two buildings connected by a pergola-covered walkway. The larger building houses a showroom displaying the brand's prescription eyewear and sunglasses collections. Brent Zenger, Director of Communications at I.a. Eyeworks, said, "We needed room for the expanding width of our ideas. We refer to it as a campus in the sense of a place to exchange ideas and make discoveries." The brand's new location was designed by Frank Escher and Ravi GuneWardena, the principals of L.A.-based Escher GuneWardena Architecture.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C4

My-Kid

Görme performansını koruyun. **Şimdi ve gelecekte.**
Miyop çocuklar için My-Kid gözlük camları.

SEHR GUT	Brillengläser von optovision 2024
Produktqualität Note 1,34	★★★★★
Ergebnis einer Marktstudie von markt intern unter Deutschlands Augenoptikern. Quelle: optovision.com/lsp	

optovision®
GERMAN ENGINEERING

Optovision Türkiye Distribütörü: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
optovision.com



Barton Perreira'dan Heykelsi Sofistikelik

Barton Perreira, yeni Sculptural Sophistication koleksiyonunu tanıttı. Sculptural Sophistication serisi heykel tasarımı ve mimari etkileri keşfediyor. Algıyı yeniden şekillendiren ve geleceklere meydan okuyan özgür ruhlu bireyler için tasarlanan bu koleksiyon, organik geometriyi, beklenmedik şeffaflıkları ve heykel gibi eğimli kenarları ön plana çıkarıyor. Her çerçeve, Japon ustaların titiz dokunuşlarıyla üretilerek form ve işlevin uyum içinde bir araya geldiği bir denge sağlıyor. Renk paleti, yarı saydam nötr renkler, klasik kaplumbağa desenleri, Kaliforniya ışığını yansıtan ton geçişleri ve Murano camını anımsatan ombré lenslerden oluşuyor.

Sculptural Sophistication by Barton Perreira

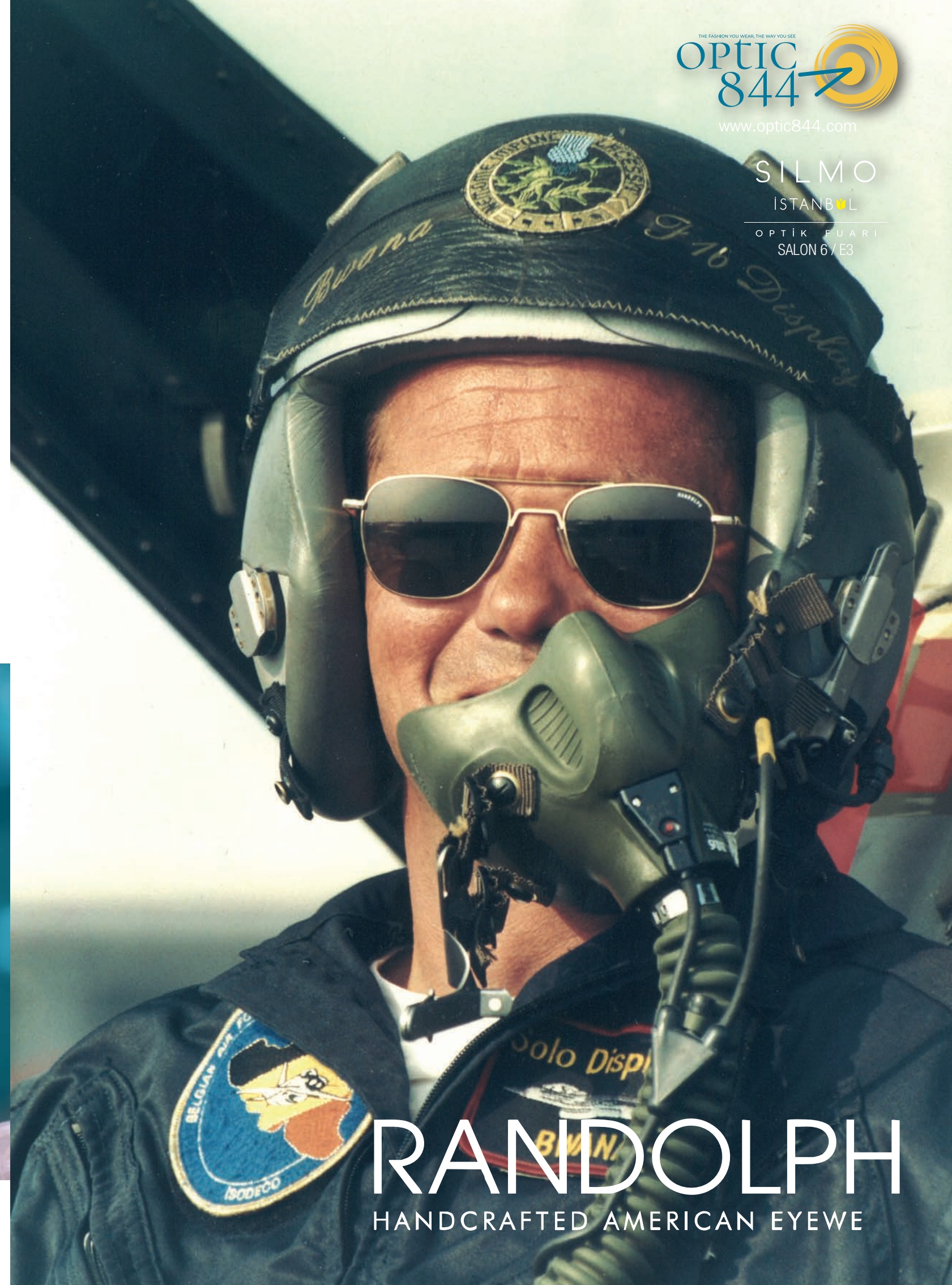
Barton Perreira unveils new Sculptural Sophistication collection. Sculptural Sophistication is an exploration of sculptural design and architectural influence. Designed for free thinkers who reshape perception and defy convention, this collection celebrates organic geometry, unexpected transparencies, and sculptural beveling. Each frame is executed with the meticulous touch of Japanese artisans, ensuring a balance where form and function meet in harmony. The color palette features translucent neutrals, classic tortoisés, tonal gradients that echo California light, and ombré lenses reminiscent of Murano glass.

Essilor Stellest FDA Onayı Aldı

EssilorLuxottica, çocuklarda miyopi ilerlemesini yavaşlatmak üzere geliştirilen Essilor Stellest camının ABD Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından onaylandığını duyurdu. Bu onayla Stellest, ABD'de piyasa onayı alan ilk ve tek gözlük camı olma niteliğini taşıyor. Şirket, uzun yıllara dayanan araştırma ve geliştirme çalışmaları sonucunda geliştirilen bu yeniliği kısa süre içinde ABD'li göz sağlığı profesyonelleri aracılığıyla kullanıcılarla buluşturacak. FDA onayı, EssilorLuxottica'nın miyopi yönetiminde küresel liderliğini pekiştiren önemli bir kilometre taşı olarak değerlendiriliyor.

Stellest Secures FDA Approval

EssilorLuxottica has announced that its Essilor Stellest lenses, developed to slow myopia progression in children, have received approval from the U.S. Food and Drug Administration (FDA). With this approval, Stellest becomes the first and only eyeglass lenses to gain market authorization in the United States. The company plans to make this innovation, developed through years of research and development, available to users in the near future through U.S.-based eye care professionals. FDA approval is seen as a significant milestone that reinforces EssiLux's global leadership in myopia management.



RANDOLPH
HANDCRAFTED AMERICAN EYEWE



Andy Wolf'dan Sonbahar Tonları

Andy Wolf sonbahar mevsimin özünü yansıtan yeni koleksiyonunu sunuyor. Autumn Shades, cesur tasarımın sonbaharın sakin sıcaklığıyla buluştuğu kontrastı kutluyor. Avusturya ve Fransa'da el işçiliği ile üretilen yeni Andy Wolk çerçeveleri, doğanın daha derin tonlara geçişini yansıtan zengin kahverengiler, koyu yeşiller ve dumanlı kehribar renklerini barındırıyor. Andy Wolf yeni koleksiyonu ile hem sağlam hem de ifade gücü yüksek ve sağladığı konforla kullanıcısının stiline eşlik edecek eşsiz tasarımlar sunuyor. Markanın sofistike zarafeti tamamlayan yeni modellerini web sitesi üzerinden inceleyebilirsiniz.

Autumn Shades by Andy Wolf

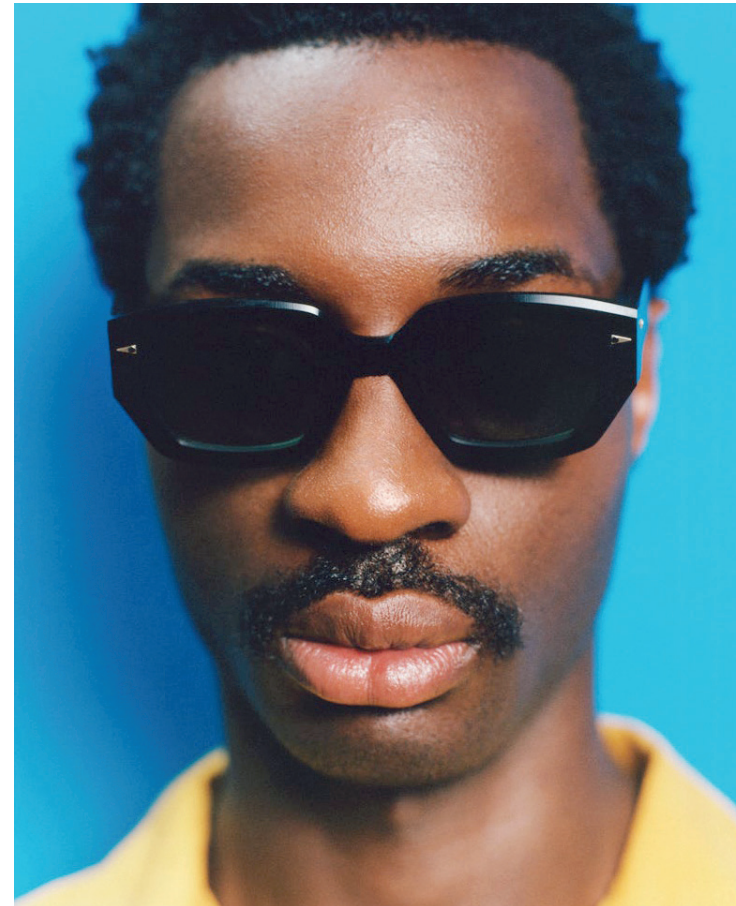
Andy Wolf presents its new collection reflecting the essence of autumn. Autumn Shades celebrates the contrast between bold design and the calm warmth of autumn. Handcrafted in Austria and France, the new Andy Wolf frames feature rich browns, deep greens, and smoky amber hues that reflect nature's transition to deeper tones. With its new collection, Andy Wolf offers unique designs that are both sturdy and expressive, complementing the wearer's style with the comfort they provide. You can explore the brand's new models, which complement wearer's sophisticated elegance perfectly, on its website.

Ahlem x Campbell Addy Kapsülü

Lüks gözlük markası Ahlem ve ünlü Gana kökenli İngiliz moda fotoğrafçısı ve sanatçı Campbell Addy, ilk işbirliklerinin lansmanını duyurdu. 1960'ların Batı Afrika'sının kendini cesurca ifade etme tarzından ve Addy'nin modern Londra'daki diasporik yaşam deneyiminden ilham alan sınırlı sayıda üretilen kapsül koleksiyon, iki kültürü zamansız ve son derece kişisel bir vizyon altında birleştiriyor. Ahlem x Campbell Addy koleksiyonu, her modelden 250 adet olarak sınırlı sayıda üretildi. Kapsül koleksiyon, yalnızca Ahlem perakende mağazalarından ve markanın web sitesinden satışa sunuluyor.

Ahlem x Campbell Addy Capsule

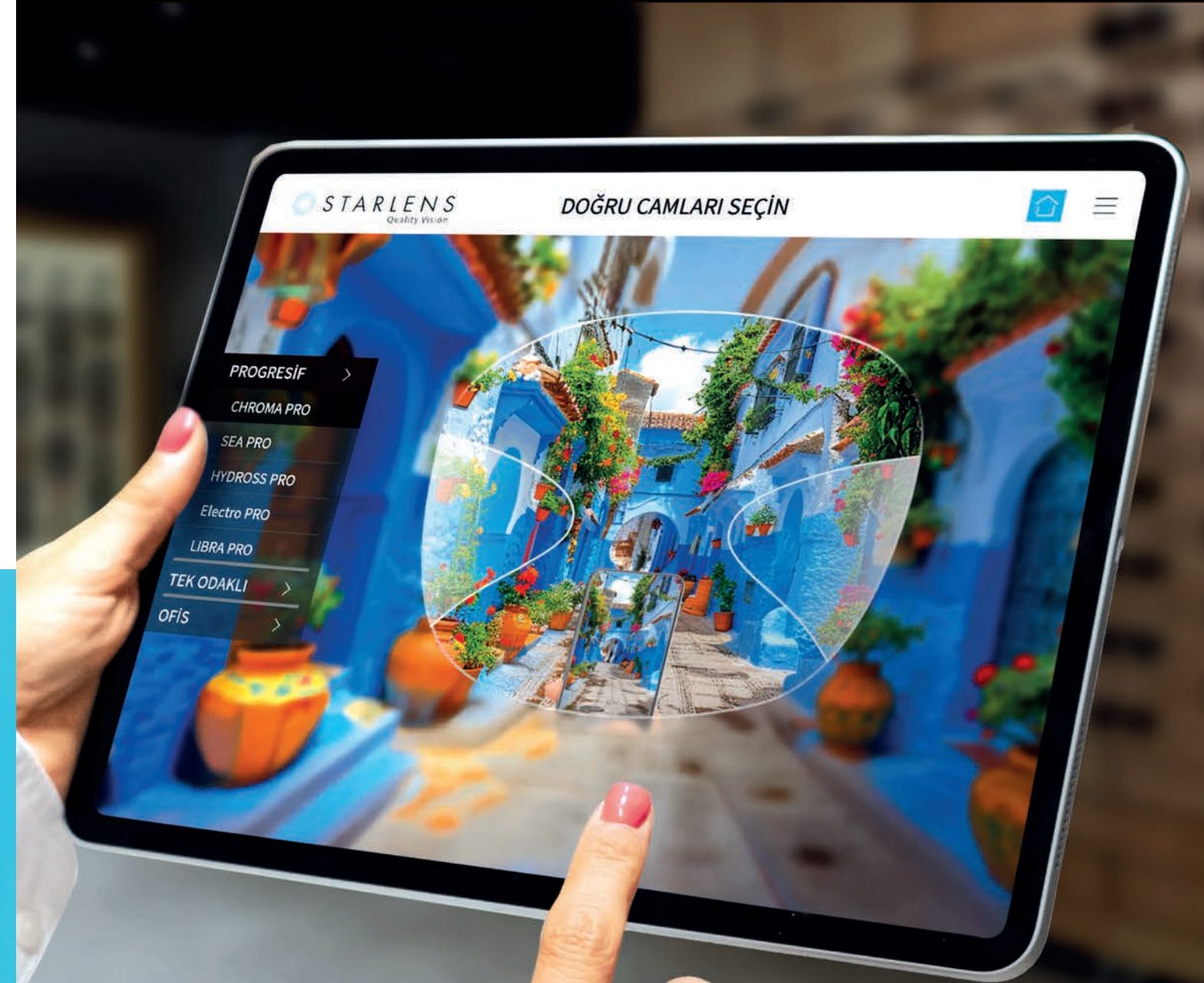
Luxury eyewear brand, Ahlem and acclaimed British-Ghanaian fashion photographer and artist Campbell Addy announced the release of their debut collaboration. Inspired by the bold self-expression of 1960s West Africa as well as Addy's own experience of diasporic life in modern London, the limited-edition capsule collection unites two cultures under one timeless and deeply personal vision. Ahlem x Campbell Addy collection is offered in numbered editions of 250 pieces per style. The capsule collection is available exclusively at Ahlem retail stores and the brand's website.



STARLENS
Quality Vision

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C4

Gözlük Camı Odak Ölçümü Uygulaması



Optik Mağazalarına, gözlük camı odaklama ve danışma sürecinde yardımcı olan eksiksiz bir uygulama.

Starlens Üretici: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
starlens.com.tr

ORTAK TUTKUDAN DOĞAN GÜÇLÜ İŞBİRLİĞİ

*Where Passion
Shapes Solid
Collaboration*

HOFFMANN NATURAL & PRESS EYEWEAR

Doğal bufalo boynuzuna ortak tutkuyla başlayan Hoffmann Natural ve Press Eyewear işbirliği, sektörel birlikteliklerin gücünü bir kez daha kanıtıyor.

Almanya'nın Eifel bölgesinden premium marka Hoffmann Natural Eyewear, 1978 yılından bu yana bufalo boynuzunun öncüsü olarak bu doğal ve sürdürülebilir malzemenin farklı ve üstün yönlerini benzersiz koleksiyonlarıyla gözler önüne seriyor. Hoffmann'da cesur formlara, modern renk paletlerine, çağdaş ve özgün tasarımlara dönüşebilen bu doğal malzeme, gerçek gücünü markanın gözlük tutkusundan ve üstün işçilik hassasiyetinden alıyor. Hoffmann atölyesi 2024 yılından itibaren artık yalnızca kendi koleksiyonlarını üretmekle kalmıyor; Robert Marc NYC ve Morgenthal Frederics gibi ikonik markalardaki 20 yılı aşkın deneyimiyle Amerikan gözlük tasarımına yön veren Jeff Press ile de giderek güçlenen bir işbirliği yapıyor. Gözlüklere ve özellikle doğal bufalo boynuzuna ortak tutkunun okyanus aşan bir işbirliğine nasıl dönüştüğü hakkında Hoffmann Natural Eyewear Sahibi Wolfgang Thelen ve Press Eyewear Kurucusu ve Kreatif Direktörü Jeff Press ile gerçekleştirilen röportajı sunuyoruz.

Hoffmann Natural and Press Eyewear, united by a shared passion for natural buffalo horn, prove once again the power of collaboration in the eyewear industry.

Germany's premium brand Hoffmann Natural Eyewear, based in the Eifel region, has been a pioneer in buffalo horn since 1978, showcasing the unique and superior qualities of this natural and sustainable material through its exceptional collections. At Hoffmann, this natural material transforms into bold shapes, modern color palettes, and contemporary, original designs, drawing its true strength from the brand's passion for eyewear and dedication to superior craftsmanship. Since 2024, Hoffmann's atelier has not only produced its own collections but has also engaged in a growing collaboration with Jeff Press, the founder and creative director of Press Eyewear, whose experience of over 20 years in iconic brands such as Robert Marc NYC and Morgenthal Frederics has shaped American eyewear design. We present an interview with Wolfgang Thelen, Owner of Hoffmann Natural Eyewear, and Jeff Press, Founder and Creative Director of Press Eyewear, about how a shared passion for eyewear, and specifically for natural buffalo horn, has evolved into a transatlantic collaboration.

Merhaba Wolfgang ve Jeff. İlk olarak ne zaman ve nerede tanıştığınızdan bahseder misiniz?

Wolfgang: Merhaba, Jeff ile tanışmamız 2002 yılına kadar uzanıyor. Köklü lüks gözlük markası Morgenthal Frederics'in Kurucusu Richard Morgenthal ile birlikte Eifel'deki atölyemize ziyarete gelmişlerdi. 2002 yılı benim için hem kızımın doğum yılı oluşu hem de aynı zamanda Jeff ile ikimizi de heyecanlandıran ilk kreatif proje ortaklığımızın başlangıç yılı olması bakımından önemli bir dönemdir.

Jeff: Evet, 2002 yılı benim için de önemli bir dönüm noktasıdır. Almanya'daki bu geleneksel gözlük yapım atölyesine ilk gelişimdi ve uzun süredir sektörde olsam da ilham dolu, yeni dostlukların kurulduğu bu ziyaret sonrası yepyeni bir dönemin başlayacağını heyecanını hissetmiştim.

Hello Wolfgang and Jeff. Could you start by telling us when and where you first met?

Wolfgang: Hello! Our first meeting actually dates back to 2002. Jeff came to visit our workshop in the Eifel region together with Richard Morgenthal, founder of the long-established luxury eyewear brand Morgenthal Frederics. That year was memorable for me in two ways: it was the year my daughter was born and also the beginning of our first creative collaborations, which excited both of us from the start.

Jeff: Yes, 2002 was a turning point for me as well. It was my very first visit to a traditional eyewear workshop in Germany, and even though I had already been in the industry for some time, I remember feeling the thrill of a new era that would be full of inspiration and friendship.

Jeff, gözlük sektöründe uzun süredir yer alıyorsunuz. 2024'te kendi markanız Press Eyewear'i kurdunuz. Sizi bu adıma yönlendiren neydi?

Jeff: Bu adımı atmak için artık doğru zamanın geldiğini hissettim. Bir buçuk yaşından itibaren gözlük kullanması gereken biriydim ancak 23 yaşına kadar bu mesleğin içerisinde olacağımı hiç düşünmemiştim. 1998 yılında optik endüstrinin ikonik ismi Robert Marc'ın mağazasında satışı olarak başlayan yolculuğum beni kendi markama kadar getirdi ve gözlük tarihini özellikle de 90'ları hep etkileyici bulmuşumdur. Ben de markamı bu döneme çağdaş ve çok boyutlu bir bakış açısıyla yaklaşmak için geniş bir fırsat olarak gördüm. Çıkış noktam; otomotiv tasarımı, mücevher tasarımı, müzik ve moda ikonları gibi çok farklı ilham kaynaklarından beslenen bir gözlük markası yaratmak oldu ancak her şeyin merkezinde malzeme durmalıydı. Tüm tasarımlarımızda malzeme yıldız olmalıydı çünkü ancak bu sayede her parça kendine özgü, organik bir akışa sahip olabilirdi.



Jeff, you've been part of the eyewear industry for many years. In 2024, you founded your own brand, Press Eyewear. What led you to take that step?

Jeff: I felt it was finally the right moment. I've been wearing glasses since I was one and a half years old, yet I never imagined I'd work in this field until I turned 23. My journey began in 1998 at the store of the legendary Robert Marc, where I started as a salesperson, and that path eventually brought me to my own brand. I've always found the history of eyewear fascinating, especially the 1990s. I saw my brand as an opportunity to revisit that era with a contemporary and multi-dimensional perspective. My starting point was to create an eyewear brand inspired by diverse fields — from automotive and jewelry design to music and fashion icons — but with one core element: material. In all our designs, the material had to be the star, because only then could each piece have its own unique, organic flow.



Press Eyewear New York merkezli. Sizce markanız özünde şehrin tipik ruhunu ve enerjisini taşıyor mu?

Jeff: New York öyle dinamik bir yer ki, farklı stillerin karışımı her zaman açık bir kapı bırakıyor. Ben uzun süredir New York'ta çalışıyorum ve tasarlamak, ilham almak için bu şehri her zaman yeni ve canlı bir fırsat olarak gördüm. Dünyadaki birçok yerden ilham alan ama doğduğu şehirden de izler taşıyan bir marka yaratmak istedim. New York'un çok kültürlü yapısı beni her zaman cezbedti; bu yüzden tüm müşteri profillerine hitap eden, farklı beklentileri karşılayabilen ürünler tasarlamayı seviyorum.

Press Eyewear'in doğal boynuz serileri için ortak çalışıyorsunuz. İşbirliğinizin nasıl geliştiğinden bahsedebilir misiniz?

Jeff: Benim için gözlük tasarımı en iyi malzemeler ve en üst el işçiliğiyle başlar. Boynuz gibi doğal ve seçkin bir malzemeyle çalışabilmek istiyordum ve bu alandaki eşsiz, çevre dostu ve vizyoner üretim sürecini Hoffmann'da buldum. Wolfgang ve ekibinin hammadde ve üretim desteğiyle Morgenthal Frederics için ABD'nin ilk bufalo boynuzundan gözlük koleksiyonunu 2006'da tasarlamamdan bu yana yani 20 yıldır bir aradayız. Açıkçası Press Eyewear'in boynuz serileri için başkasıyla çalışmak aklımın ucundan bile geçmedi.

Wolfgang: Bizim için de anlamlı bir işbirliğidir. Jeff'in vizyonu doğal gözlük literatürümüzde yeni bir boyut açtı. Bufalo boynuzu işindeki uzmanlığımızı Jeff'in yaratıcı yaklaşımı ile birleştirmek her seferinde gerçekten heyecan verici bir sinerji yaratıyor.

Press Eyewear is based in New York. Would you say the brand carries the city's typical spirit and energy at its core?

Jeff: New York is such a dynamic place and it always leaves room for mixing different styles. I've worked here for many years, and for me the city is a constant source of creativity and new inspiration. I wanted to create a brand that draws from global influences yet still reflects the essence of its home city. I've always been fascinated by New York's multicultural nature; that's why I love designing products that appeal to many different people and can meet varied expectations.

You collaborate on the natural horn collections of Press Eyewear. How did this partnership evolve?

Jeff: For me, everything begins with the finest materials and the highest craftsmanship. I wanted to work with a natural and noble material like horn and I found that unique, eco-conscious, and visionary approach to production at Hoffmann. With Wolfgang and his team's support in material and manufacturing, I designed USA's first buffalo horn collection for Morgenthal Frederics back in 2006, and we've been working together ever since. It's almost 20 years now. Honestly, I never even considered anyone else for the horn collections of Press Eyewear.

Wolfgang: It's a meaningful partnership for us as well. Jeff's vision has opened a new dimension in our world of natural eyewear. Combining our expertise in buffalo horn with his creative approach always creates an exciting synergy.



Press Eyewear Kurucusu ve Kreatif Direktörü Jeff Press

Wolfgang, siz boynuz çerçevelerde bir öncüsünüz. Bu doğal malzemeyi sizin için özel kılan nedir?

Wolfgang: Aslında bufalo boynuzu gözlük üretiminde kullanılan en eski malzemelerden biridir. Hafif, dayanıklı, estetik, hipoaerjenik ve sürdürülebilir oluşu gibi özellikleri bizi her zaman cezbedti. Ton çeşitliliği inanılmaz; farklı doğal boynuz tonlarını ve bitki bazlı renklendirilmiş boynuz plakalarını birleştirerek ilk 24 yılımızda 500'ü aşkın farklı gölgeye ulaştık.

Jeff, siz de bufalo boynuzuna tutkun bir tasarımcınız. Peki bu doğal malzeme sizin için ne ifade ediyor?

Jeff: Başından beri, doğal bufalo boynuzunun güzelliği beni büyülemiştir. Bu malzemeyle her çerçeve kendi karakterini barındırıyor ve yüzle birleşerek gözlüğün en üst formu haline geliyor. Press'te birlikte çalıştığım tasarımcı arkadaşım Riya Mehta bana hep "boynuzla tasarım geliştirmek senin mutluluk alanın" der. Ben de insanların gözlüklerinden, hayatlarındaki diğer değerli objelerle olan aynı heyecanı duymalarını istiyorum.

Wolfgang, şimdi Press'in tüm serilerini DACH bölgesinde siz pazarlıyorsunuz. Bu ortaklığınızın süreceğini de gösteriyor diyebilir miyiz?

Wolfgang: Başından beri Press'in doğal boynuz dünyamıza yeni bir boyut, bambaşka bir derinlik kazandıracağına inanıyorduk. Bu sebeple hiç tereddüt yaşamadık ve evet aramızda 20 yıla uzanan bu dostluk ve işbirliğinin güçlenerek süreceğinin garantisini verebiliriz.



Hoffmann Natural Eyewear Sahibi Wolfgang Thelen



Wolfgang, you are considered a pioneer in horn eyewear. What makes this natural material so special to you?

Wolfgang: Buffalo horn is actually one of the oldest materials ever used in eyewear production. We've always been drawn to it for its lightness, durability, aesthetics, hypoallergenic nature, and sustainability. The variety of tones is incredible. By combining different natural shades and plant-based dyed horn plates, we've created more than 500 unique hues over the past 24 years.

Jeff, you're also passionate about buffalo horn. What does this natural material mean to you personally?

Jeff: From the very beginning, I've been fascinated by the beauty of natural buffalo horn. Each frame carries its own character and merges with the face, becoming the ultimate form of eyewear. My design partner at Press, Riya Mehta, often tells me that "working with horn is your happy place". I want people to feel the same sense of excitement about their eyewear as they do about the other precious objects in their lives.

Wolfgang, you're now distributing the entire Press collection in the DACH region. Can we take that as a sign your partnership will continue to grow?

Wolfgang: From the very first moment, we were convinced that Press would add a fifth dimension to our natural horn universe. There was never a moment of hesitation, and yes, we can say with confidence that our friendship and collaboration, now spanning two decades, will continue to grow even stronger.

Global Renk Efsanesi 60 Yaşında!

*Global Color Legend
Turns 60!*



**UNITED COLORS
OF BENETTON.**

Trevisolu dört kardeşin hikayesi, el emeği sarı bir kazakla başladı. Gerçeğe dönüşen hayal Benetton, 60 yıldır insanları renklerin evrensel diliyle birleştiriyor.

The story of four siblings from Treviso began with a hand-knit yellow sweater. For 60 years now, Benetton has been uniting people through the universal language of color.

Benetton'un hikayesi, İtalya'nın Treviso şehrinde doğan bir aile hayalinin gerçekleşmesini anlatır. Luciano Benetton 1945 yılında henüz on yaşındayken babasını kaybettiğinde ona kalan miras, yalnızca çalışkanlık hakkında öğrendikleri ve ailesinin sorumluluğunun artık onda olduğuydu. Maddi durumu giderek kötüleşen ailesine sokakta gazete satarak gelir sağlamaya çalışan Luciano, bir yandan da okuluna devam etti. İkisi erkek diğeri kız olan küçük kardeşlerine bakma sorumluluğunu onlara son derece düşkün olduğu için şevkle ve tatsızlıkları fazla yansıtmadan yerine getiriyordu. Maddi olarak zorlandıkları halde neşesi ve çalışkanlığıyla kardeşlerine rol model oluyordu. 1960'lı yıllara gelindiğinde kız kardeşi Giuliana, işe giderken giymesi için ona sarı bir kazak ördü. Küçük kız kardeşinin capcanlı bir renkle, özenle ve neredeyse kusursuz bir işçilikle ördüğü sarı kazağı çok severek giyip işe gittiğinde; kazağın güzelliğine, el emeğinin zarafetine aldığı övgüler Luciano'da müthiş bir kıvılcımı tetikledi. Eve heyecanla dönen Luciano'ya göre Giuliana'nın el becerisi ve kendi ticari yatkınlığı birleşecek ve ailelerine ait bir iş kuracaklardı. Ağabeylerinin bu projesine hevesle katılan Benetton kardeşler birleşerek akordeonlarını ve bisikletlerini sattı. Renklerin, emeğin ve aile bağının gücünü kutlayan; United Colours of Benetton, Sisley, Undercolors of Benetton, Playlife ve Killer Loop markalarının sahibi küresel moda şirketi Benetton Group ufak bir sermayeyle 1965 yılında işte böyle kuruldu.

The story of Benetton is the tale of a family dream born in Treviso, Italy. When Luciano Benetton lost his father in 1945, at the age of only ten, the legacy he received was not wealth but the values of hard work and the understanding that he now carried the responsibility for his family. To support them, Luciano began selling newspapers on the streets while continuing his education. Despite the financial hardship, he cared for his two younger brothers and his little sister with affection and without letting them feel the weight of difficulties. His cheerful spirit and diligence made him a role model for his siblings even in those challenging years. By the 1960s, his sister Giuliana knitted him a yellow sweater to wear to work. The vivid color and impeccable craftsmanship of this handmade piece drew admiration everywhere he went, sparking a powerful idea in Luciano's mind. He returned home convinced that Giuliana's skill and his own business sense could be combined to create something meaningful for their family. The Benetton siblings, full of enthusiasm for the project, sold their accordion and bicycle to raise the amount of money they needed. Celebrating the strength of color, craftsmanship, and family bonds, the global fashion company now known for its brands United Colors of Benetton, Sisley, Undercolors of Benetton, Playlife, and Killer Loop was founded in 1965 with only modest capital.

Global Renk Efsanesi Büyüyor

Akordeon ve bisikletlerin satışına rağmen halen en basit örgü makinesini almak için 300.000 lire'ye ihtiyaçları vardı. Aile işi-ni şimdilik 20 yaşında olan Luciano ve 18 yaşındaki Giuliana yürütecekti ve borç-lanarak örgü makinesini aldılar. Evlerine oldukça yakın bir dükkanda satışı başla-yan ilk koleksiyonlarına, Fransızcada “çok sevimli” anlamına gelen Très Jolie adını verdiler. Très Jolie koleksiyonunda, sarı-dan maviye ve yeşile kadar değişen parlak renklerde 20 adet yuvarlak yakalı, boğazlı ya da V yakalı kazak vardı. Haftada sadece 20 kazak satabilen kardeşler, takip eden dört ay içinde örgü makineleri için aldıkları borcu kapattı. Giderek işleri açılan Lucia-no ve Giuliana'ya yaşça daha küçük olan kardeşleri Carlo ve Gilberto da aktif olarak katıldı. Bennetton kardeşler piyasada ha-kim olan gri, siyah ve bej gibi kazak tonla-rına alternatif getirerek; canlı ve eğlenceli renkleri, hafif dokulu yapıları, rahatlığı ve şıklığı ile öne çıkan sportif bir yeni İtalyan tarzı yarattılar. Paris'teki ilk mağazanın 1969 yılında açılmasından itibaren hızlı bir küresel büyüme ivmesi yakalayan Benet-ton, 1978 yılına gelindiğinde üretiminin yüzde 60'ını ihraç eder durumdaydı. Ürün yelpazesindeki çeşitlilik de polo ve rugby gömlekler, kaşmir kazaklar, ceketler, sweatshirt'ler, şapkalar, gözlükler, çanta-lar gibi geniş bir aralıkta çoğalıyordu.



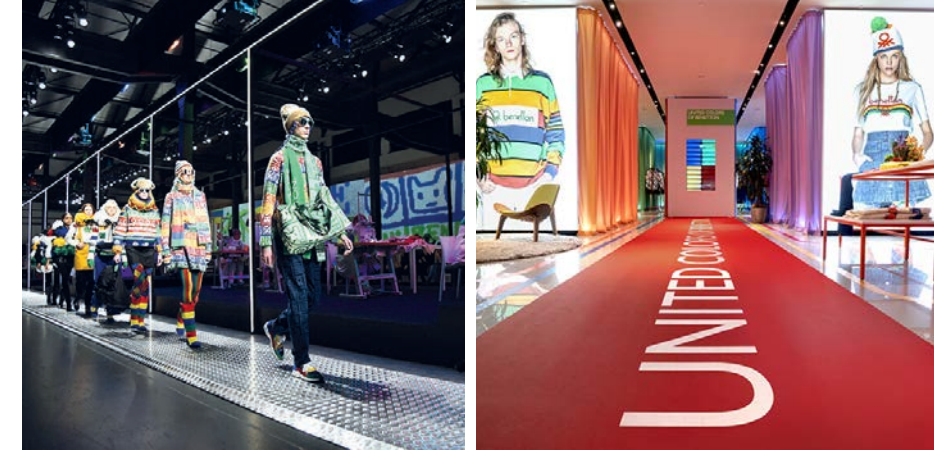
Global Color Legend Grows

Even after selling their accordion and bicycle, they still needed 300,000 lire to buy a knitting machine. At that time Luciano was twenty, Giuliana was eighteen, and the two took out a loan to purchase one. They began selling their first collection in a small shop near their house and named it Très Jolie, meaning “very cute” in French. The Très Jolie collection included twenty sweaters—round neck, turtleneck, and V-neck—in bright shades ranging from yellow to blue and green. Although at first they sold only twenty sweaters a week, within four months they had paid off their loan. As the business grew, their younger brothers Carlo and Gilberto also joined them. By offering an alternative to the grey, black, and beige tones that dominated the market, the Benetton siblings created a fresh, sporty Italian style defined by vivid colors, soft textures, comfort, and elegance. With the opening of their first Paris store in 1969, Benetton gained momentum toward global expansion, and by 1978 it was exporting sixty percent of its production. The product range diversified, expanding from knitwear into polos, rugby shirts, cashmere sweaters, jackets, sweatshirts, hats, eyewear, and bags.



80'li ve 90'li yıllar Benetton'un ikonik markalar arasında konumlandığı dönemlere işaret etti. Benetton'un dünya çapındaki genişlemesi 1989 yılında Doğu Avrupa ve Sovyet Rusya pazarlarını da kapsadı. Luciano ve kardeşlerinin yönetimde genişleyen, istikrarla büyüyen ve dünya çapındaki yeni mağaza açılışlarıyla adını tüm dünyaya duyuran Benetton, küresel düzeyde prestij sahibi bir konuma ulaştı. Üstelik Benetton, 90'ların başından itibaren yalnızca İtalyan Yapımı gökkuşağı renklerindeki ürünleriyle değil, toplumsal meseleleri merkezine alan “söylenmeyen görsel yolla dile getirildiği”, bazı kesimlerce takdir bazılarında ise ağır eleştiriler alan reklam kampanyalarıyla da öne çıkar. Bu sıra dışı reklam kampanyaları da en az tasarım öncelikleri kadar marka kimliğinin ayrılmaz parçasıdır. 1982 yılında Benetton'a katılan Kreatif Direktör Oliviero Toscani'nin imzasını taşıyan ilk sıra dışı kampanyalar, modayı bir iletişim aracı haline getirerek dönemin en tartışılan ve aynı zamanda en etkileyici marka duruşlarından birini yarattı. Ancak her güçlü küresel moda ikonu gibi Benetton da 60 yılı kapsayan yolculuğunda düşüşler ve zorluklarla mücadele etmek zorunda kaldı.

The 1980s and 1990s marked Benetton's rise among the world's most iconic fashion brands. By 1989, its global presence had extended to Eastern Europe and the Soviet Union. Under the steady leadership of Luciano and his siblings, Benetton grew consistently, opening new stores worldwide and earning a prestigious place in international fashion scene. From the early 1990s, Benetton stood out not only for its Italian-made rainbow-colored collections but also for its bold advertising campaigns that gave visual voice to unsaid truths and addressed social issues. Some of these campaigns were praised, while others drew criticism, yet all became integral to Benetton's identity. The early groundbreaking works signed by Creative Director Oliviero Toscani, who joined Benetton in 1982, transformed fashion into a tool of communication and created one of the most debated yet influential brand positions of the era. Like every major global fashion icon, Benetton too faced downturns and challenges throughout its sixty-year journey.



Dönüşümler, Yeniden Yapılanma

2000'li yıllar Benetton için köklü dönüşümlerin ve yeniden yapılanma hamlelerinin yaşandığı bir dönemdi. Küresel moda rekabeti sertleşirken Benetton, üretim ve dağıtım ağını güçlendirmeye ve markanın evrensel kimliğini korumaya odaklandı. 2003 yılında Benetton kardeşler yöneticilik görevlerini bıraksalar da şirketlerinin aile ruhunu ve birlik duygusunu korumayı sürdürdüler. 2012'de çoğunluk hissesinin Edizione şirketi tarafından satın alınmasıyla, Benetton üretim süreçlerinde sadeleşme ve kalite optimizasyonu öne çıktı. 2018 yılında Luciano Benetton'un yeniden yönetimin başına dönmesi, markaya taze bir enerji ve köklerine dönüş ruhu kazandırdı. 2020'de göreve gelen Ceo Massimo Renon, markaya global bir vizyonla bakarak sürdürülebilirlik temelli büyümeyi hedefledi. Aynı yıl başlatılan Green B programı, Benetton'un çevresel sorumluluğu öncelik haline getirdiğini kanıtladı. 2023–2024 yılları Benetton'a bazı finansal güçlükler getirse de yeniden yapılanma sürecini marka itibarını zedelemeyen yürüttü. Yeni Ceo Claudio Sforza liderliğinde, operasyonel verimlilik ve mağaza deneyimini güçlendirmeye odaklanan bir strateji benimsendi. Benetton İtalyan yaratıcılığını, renklerin tüm ırkları kapsayan evrensel dilini ve yenilenme cesaretini hala aynı enerjiyi taşıyarak temsil ediyor.

Transformations and Restructuring

The 2000s were a period of major transformation and restructuring for Benetton. As global fashion competition intensified, the brand focused on strengthening its production and distribution networks while preserving its universal identity. In 2003, the Benetton siblings stepped back from their executive roles yet continued to preserve the family spirit and sense of unity that defined their company. In 2012, when a majority share was acquired by Edizione, simplification and quality optimization became key priorities within Benetton's production processes. The return of Luciano Benetton to the management in 2018 brought new energy and a renewed connection to the brand's origins. When Massimo Renon took over as Ceo in 2020, he set a global vision focused on sustainable growth. That same year, the Green B program was launched, confirming Benetton's commitment to environmental responsibility. Although 2023–2024 brought certain financial challenges, the restructuring process was carried out without harming the brand's reputation. Under the leadership of the new Ceo Claudio Sforza, a strategy emphasizing operational efficiency and enhanced store experience was adopted. The brand continues to represent Italian creativity, the universal language of color that embraces all races, and the courage to renew itself with the same vibrant energy.

Farklılıkları Renkleriyle Birleştiriyor

Benetton 1980'lerin ortalarından başlayarak günümüze kadar ürünleri ve reklam kampanyaları aracılığıyla hem moda dünyasında hem de toplumsal iletişimde iz bırakan bir rota izlemiştir. Benetton'un canlı triko kazakları 1984/85 koleksiyonlarında All the Colours in the World (Dünyadaki Tüm Renkler) başlığı altında vitrinlerde parlıyordu; kalın örgü yüzeyler ve pastel tonlardan güçlü neon kontrastlara geçişin ilk işaretleriydi. 1989/90 Sonbahar/Kış sezonunda çıkan Breastfeeding kampanyası, bir siyah kadının beyaz bir bebeği emzirdiği görselle büyük yankı uyandırdı. 1991 Sonbahar/Kış kampanyasında Priest & Nun başlığıyla, bir rahip ile bir rahibenin öpüştüğü çarpıcı görsel kullanıldı ve marka bir anda yalnızca moda değil, toplumsal mesajların da sahibi oldu. 1992 İlkbahar/Yaz koleksiyonu Real Life / AIDS – David Kirby kampanyasıyla, gerçek bir AIDS hastasının fotoğrafını reklam görseli olarak kullanarak kötünün görünmezliğini gündeme taşıdı ve marka mesajı adeta bir manifestoya dönüştü.



Uniting Differences with Colors

Since the mid-1980s, Benetton has followed a path that left a lasting mark on both fashion and social communication through its products and advertising campaigns. The brand's vivid knit sweaters shone in the 1984-85 collections under the title All the Colours in the World, marking the first shift from pastel tones to strong neon contrasts. The 1989-90 Autumn/Winter season featured the Breastfeeding campaign, whose image of a Black woman nursing a white baby created a powerful global reaction. In the 1991 Autumn/Winter campaign titled Priest & Nun, a striking photograph of a priest and a nun kissing positioned the brand as a voice for social commentary as well as fashion. The 1992 Spring/Summer collection, through the Real Life / AIDS – David Kirby campaign, used the photograph of a real AIDS patient to confront the unseen realities of suffering and turned the brand's message into a manifesto.



Benetton 1993/94 sezonunda, spor altı yapılı hazır giyim çizgisine geçiş yaptı ve Rugby Colour Block adını verdiği koleksiyonla spor giyim trendini yerleştirdi. 1996 yılına gelindiğinde Hearts (Kalpler) isimli üç domuz kalbi fotoğrafıyla sıra dışı yine tüm dikkati üzerine çekti. Aynı yıl Benetton mağazaları dünya genelinde gençliği ve çok kültürlülüğü kutlayan United Colours (Birleşik Renkler) vitriniyle donatılmaya başlandı. 1998 İlkbahar /Yaz koleksiyonu Capsule Colours (Kapsül Renkler) sınırlı sayıda canlı renkte ceketler ve eşofman takımları sundu; logolu bantlar ve renk geçişli fermuar detayları yükseldi.

In the 1993-94 season, Benetton shifted toward active ready-to-wear with the Rugby Colour Block collection, establishing the sportswear trend. By 1996, the Hearts campaign, featuring three pig hearts, once again drew the world's attention with its provocative tone. That same year, Benetton stores around the globe were redesigned with the United Colours display celebrating youth and multiculturalism. The 1998 Spring/Summer collection Capsule Colours introduced limited-edition jackets and tracksuits in vivid hues, accented by logo bands and gradient zippers.



Güçlü Mesajlar Aralıksız Sürüyor

Benetton 2000'lerin başında spor sponsorluklarına ağırlık vererek Formula 1 takımı ile ortaklık kurdu ve Speed Colours (Hızın Renkleri) konsepti mağaza sunumlarına yansıdı. 2004 ve 2005 koleksiyonlarında kumaş ham maddesi olarak ilk kez organik pamuk kullanan Benetton, sürdürülebilirliği merkeze alan ilk adımını da atmış oldu. 2008 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda Denim & Colours (Kotlar & Renkler) temasıyla marka klasik triko çizgisinden dışarı çıkarak kot ceket ve pantolonlarda parlak renk kombinasyonlarına yöneldi. Benetton'un 2010 reklam kampanyası Global Village (Küresel Köy) adıyla farklı etnik kökenlerden modelleri birlikte sunarak "aynı renk altında farklılıklar güzeldir" mesajını pekiştirdi. 2023-24 Sonbahar/Kış koleksiyonu Circular Colours (Döngüsel Renkler) adıyla döngüsel moda (circular fashion) tasarımına geçişin görsel dilini kurdu. 2024 İlkbahar/Yaz koleksiyonuyla Benetton, sosyal medya kampanyası Colour Rebels (Renk Asileri) ile genç dijital kullanıcıları hedefleyerek mağaza deneyimini çevrim-içi/gerçek dünya birleşimiyle yeniden yorumladı.



Strong Messages Continue

At the beginning of the 2000s, Benetton expanded into sports sponsorship by partnering with a Formula 1 team and reflected this collaboration in store displays through the Speed Colours concept. In its 2004 and 2005 collections, the brand used organic cotton for the first time, taking an early step toward sustainability. The 2008 Spring/Summer collection Denim & Colours moved beyond Benetton's classic knitwear line, presenting bright color combinations

in denim jackets and pants. In 2010, the Global Village campaign brought together models of different ethnic backgrounds, reinforcing the idea that "diversity under one color is beautiful." The 2023-24 Autumn/Winter collection Circular Colours established the visual language of circular fashion design. With the 2024 Spring/Summer collection, Benetton reinterpreted the in-store experience by merging the physical and digital worlds through its social media campaign Colour Rebels, targeting a new generation of digital-native consumers.

Benetton Eyewear

Renklerin ve özgürlüğün simgesi Benetton, bu güçlü marka kimliğini gözlük dünyasına da aynı coşku ve cesaretle taşımıştır. İlk koleksiyonlarından itibaren Benetton Eyewear, markanın moda yaklaşımındaki çeşitlilik, kapsayıcılık ve dinamizmini tasarımlarına yansıtır. Renk oyunları, kontrast detaylar ve sade ama karakterli formlar, markanın imzası haline gelen enerjik stil anlayışını tamamlar. Benetton optik ve güneş gözlüğü koleksiyonlarının geliştirilmesi, üretimi ve dünya çapındaki dağıtımını garantileyen ilk küresel lisans anlaşmasını 2006 yılında Allison S.p.A ile gerçekleştirdi. Bu işbirliği 2015 yılında Allison'ın yapısal dönüşüme girip AVM 1959 adını almasından itibaren 2 yıl daha yenilerek devam etti.



Benetton Eyewear

Symbolizing color and freedom, Benetton has carried its strong brand identity into the eyewear world with the same passion and confidence. Since its very first collections, Benetton Eyewear has reflected the diversity, inclusivity, and dynamism that define the brand's fashion approach. Playful color combinations, contrasting details, and simple yet characterful silhouettes complete the energetic style that has become Benetton's signature. Benetton signed its first global license agreement for the design, production, and worldwide distribution of optical and sunglass collections with Allison S.p.A. in 2006. After Allison underwent structural changes and adopted the name AVM 1959 in 2015, the collaboration was renewed for two additional years.



Eylül 2017'de Benetton Group yeni bir küresel lisans anlaşması yaparak, optik ve güneş gözlüğü koleksiyonlarının tasarımı, üretimi ve dağıtımı için Mondottica International ile devam edeceğini duyurdu. Günümüzde halen süren işbirliğinin ilk ürünü, 2018 İlkbahar/Yaz gözlük koleksiyonu olur. Benetton Eyewear, Mondottica çatısı altında çıkardığı bu ilk koleksiyondan itibaren modayı herkes için ulaşılabilir ve eğlenceli kılan yaklaşımını korurken, teknik kalitesini de yükseltti. Benetton Eyewear koleksiyonlarında canlı asetat yüzeyler, transparan renk geçişleri ve minimalist metal çerçeveler öne çıkar. Tasarım dili daima sade ama pozitif bir anlatı kurar; güçlü renk vurgusu ise markanın Dna'sının en tanınabilir parçasıdır. Hem optik hem güneş serilerinde genç, dinamik ve kentli bir çizgi izleyen Benetton Eyewear, gözlüğü bir stil aracı olduğu kadar bir tutum ifadesi olarak görür. Benetton Eyewear bugün, çocuklara ve yetişkinlere yönelik tüm koleksiyonlarında modanın ve Dna'sının renkli ruhunu gözlük formuna dönüştüren samimi ve sıcak yaklaşımıyla her yaşta kullanıcıyı cezbetmeyi sürdürüyor.

In September 2017, Benetton announced a new global license agreement with Mondottica International, continuing the design, production, and distribution of its optical and sunglass collections. The first result of this ongoing collaboration was the Spring/Summer 2018 eyewear collection. Since that debut, Benetton Eyewear under the Mondottica umbrella has maintained its philosophy of making fashion accessible and fun for everyone while enhancing its technical quality. The collections stand out with vivid acetate surfaces, transparent color transitions, and minimalist metal frames. The design language is always simple yet positive, while the bold use of color remains the most recognizable part of Benetton's Dna. Both in optical and sunglass lines, Benetton Eyewear follows a youthful, dynamic, and urban aesthetic, treating eyewear not only as a fashion accessory but also as an expression of attitude. Today, across all collections for adults and children alike, Benetton Eyewear continues to charm wearers of every age with a warm and genuine approach that translates the colorful spirit of the brand's Dna into timeless eyewear forms.



KRONOLOJİ:

- 1965:** Benetton; Luciano, Guiliana, Carlo ve Gilberto Benetton tarafından kuruldu.
- 1974:** Sisley markası portföye eklendi.
- 1982:** Tokyo'daki ilk Benetton mağazası açıldı.
- 1992:** AIDS temalı Toscani kampanyası ile sosyal iletişim dili başladı.
- 1997:** Playlife markasıyla spor giyim alanına adım atıldı.
- 2006:** Allison S.p.A ile ilk global gözlük lisans anlaşması yapıldı.
- 2017:** Mondottica International ile yeni global gözlük lisans anlaşması imzalandı.
- 2020:** Green B sürdürülebilirlik stratejisi başlatıldı.
- 2025:** Benetton, renk, çeşitlilik ve sorumluluk temelleri üzerine kurulu hikayesinin 60. yıldönümünü kutluyor.



Chronology

- 1965:** Benetton was founded by Luciano, Giuliana, Carlo, and Gilberto Benetton.
- 1974:** The Sisley brand was added to the portfolio.
- 1982:** The first Benetton store opened in Tokyo.
- 1992:** The AIDS-themed Toscani campaign marked the beginning of Benetton's social communication language.
- 1997:** Entry into the sportswear segment with the Playlife brand.
- 2006:** First global eyewear license agreement signed with Allison S.p.A.
- 2017:** New global eyewear license agreement signed with Mondottica International.
- 2020:** Launch of the Green B sustainability strategy.
- 2025:** Benetton celebrates the 60th anniversary of its story built on color, diversity, and responsibility.





JANUARY 31
FEBRUARY 2
2026
31 OCAK-2 ŞUBAT

MIDO Global Eyewear, Gold Standard

Mido Optik Fuarı 31 Ocak - 2 Şubat 2026 tarihleri arasında Fiera Milano, Rho'daki buluşmaya bu yıl Global Eyewear, Gold Standart sloganıyla hazırlanıyor.

Mido Show returns to Fiera Milano Rho from January 31 to February 2, 2026. This year's edition embraces the theme Global Eyewear, Gold Standard.

Yetkililer, Mido 2026 için ziyaretçi ve gazeteci başvurularının resmi web sitesi üzerinden devam ettiğini duyuruyor. Geçtiğimiz yıl 168 ülkeden 42.000 ziyaretçiyi ağırlayan fuarın 2026 edisyonuna yine yüksek katılım bekleniyor. Mido 2026 Ödülleri'ne dair yenilikler ve son başvuru tarihleri de belli oldu. Sürdürülebilir süreçleri teşvik ederek farkındalığı artırmaya odaklanan ilk 3 hazırlık yılının ardından, CSE (Certified Sustainable Eyewear) Ödülleri bu yıl "Optik Çerçeveler, Güneş Gözlükleri ve Gözlük Kılıfları" olmak üzere 3 kategoride verilecek. Ayrıca optik sektöründe sorumlu, yenilikçi ve sürdürülebilir bir gelecek inşası vizyonuna sahip katılımcı firmalar, bu yıl ilk kez CSE Corporate Ödülüyle onurlandırılacak. Mido 2026 Katılımcı firmaları her iki ödüle de 14 Aralık 2025 tarihine kadar başvurabilecek.

Optik mağazaları; yerleşim, atmosfer, kullanılan malzemeler, alışveriş deneyimi, dijital iletişim ve müşterilere sunulan hizmetler gibi unsurlar üzerinden değerlendirilen Best Store Ödüllü de 11. kez sunulacak. Best Store Ödülü için son başvurular 31 Aralık 2025'e kadar açık kalacak. Mido Ödülleri töreni, fuar sırasında gerçekleşecek. Mido 2026'ya dair tüm gelişmelere fuarın resmi web sitesinden ve sosyal medya hesaplarından ulaşabilirsiniz.

Registration for visitors and journalists is now open on the official website. After welcoming 42,000 visitors from 168 countries last year, Mido 2026 is expected to draw an equally strong international crowd. The latest updates and application deadlines for the Mido 2026 Awards have also been announced. After three years of groundwork focused on promoting sustainable practices and raising awareness, the

CSE (Certified Sustainable Eyewear) Awards will this year be presented in three categories: Frames, Sunglasses and Cases. In addition, participating companies that demonstrate a vision for a responsible, innovative and sustainable future in the eyewear industry will, for the first time, be recognized with the CSE Corporate Award. Exhibitors of Mido 2026 can apply for both awards until December 14, 2025. The Best Store Award, now in its eleventh edition, will once again celebrate optical stores evaluated on criteria such as layout, atmosphere, materials, shopping experience, digital communication and customer service. Applications for the Best Store Award will remain open until December 31, 2025. The Mido Awards ceremony will take place during the fair. You can get all Mido 2026 updates on the official site and social media.



**GLOBAL EYEWEAR,
GOLD STANDARD.**

JANUARY 31 - FEBRUARY 1-2 - 2026

Fiera Milano, Rho



Tiffany & Co. Güneş Serisi Göz Alıyor

Tiffany & Co., markanın ikonik mücevher koleksiyonlarından ilham alan 2025 Sonbahar/Kış güneş gözlüğü koleksiyonunu tanıttı. Koleksiyon Knot by Tiffany, HardWear by Tiffany, T by Tiffany ve Tiffany Logo serilerini kapsıyor. Cesur ve sofistike yeni Knot by Tiffany güneş serisi saplara yerleştirilen ikonik düğüm motifiyle dikkat çekiyor. HardWear by Tiffany güneş stilleri; metal malzemelerle tasarlanan cesur bağlantı motifiyle çarpıcı ve sofistike bir görünüm sunarken, T by Tiffany serisi markanın zamansız motifine modern bir yorum getiriyor. Tiffany Logo ise metal plakalara kazılı ve pürüzsüz asetat saplara yerleştirilmiş markanın efsanevi logosunu öne çıkarıyor. Ustalık ve detaylara özeni muhteşem stiller için birleştiren Tiffany Eyewear, yeni koleksiyonunda Tiffany Knot ikonik motifini ilk kez kullanıyor. Markanın 1889 tarihli bir fiyonktan ilham alarak oluşturduğu ikonik motif, Knot by Tiffany güneş stillerinin sapları süsleyerek güç ve zarafet arasında mükemmel bir denge yaratıyor. Bu serideki tamamı metalden üretilen, modern kaş çubuğu ile ön yüzde şık bir çift köprü oluşturan TF3117 güneş gözlüğünün sapları Tiffany Knot motifi ve lazer baskılı logo ile zenginleştirilmiş. Modelin altın rengi çerçeveli versiyonu koyu gri veya sarı camlarla, gümüş çerçeveli versiyonu ise Tiffany Blue® gradyan koyu gri camlarla eşleştiriliyor.

Tiffany & Co. Unveils a Striking Sunnies

Tiffany & Co. introduces its Fall/Winter 2025 sunglasses collection, inspired by the brand's iconic jewelry lines. The collection includes Knot by Tiffany, HardWear by Tiffany, T by Tiffany, and Tiffany Logo series. The bold and sophisticated new Knot by Tiffany designs draw attention with the brand's signature knot motif placed on the temples. HardWear by Tiffany offers striking, modern looks through bold metal link details, while T by Tiffany reinterprets the brand's timeless "T" motif with contemporary flair. The Tiffany Logo series highlights the legendary logo engraved on metal plaques and set into smooth acetate temples. Merging craftsmanship with a passion for detail, Tiffany Eyewear introduces the Knot motif for the first time in its new collection. Inspired by a bow design dating back to 1889, the motif decorates the temples of the Knot by Tiffany sunglasses, achieving a perfect balance between strength and elegance. Among the standout pieces, the all-metal TF3117 model features a modern brow bar forming a refined double bridge, with temples adorned by the Tiffany Knot motif and laser-engraved logo. The gold-tone version of this unique sun model pairs with dark gray or yellow lenses, while the silver version is matched with Tiffany Blue® gradient dark gray lenses.



TIFFANY & CO.



Vogue Sonbahar/Kış Stillerini Tanıttı

Vogue Eyewear 2025 Sonbahar/Kış koleksiyonunu marka yüzü Gamze Erçel ile Milano'da çektiği yeni kampanyasıyla tanıtıyor. Yeni Vogue serisinde zarif çizgilere sahip asetat çerçeve OVO5687S, sade sap tasarımı ve ayırt edici V bağlantı detayıyla sofistike bir minimalizm sunarken; oval kare formdaki zarif geniş saplı OVO5655SU ise sap kısmındaki logo ya takılabilen zincir aksesuarı ile dikkat çekiyor. Gamze Erçel yeni stiller hakkında, "Her sezon olduğu gibi bu sezon da iddialı bir koleksiyon ile karşınızdayız. Cüretkar ve zarif detaylarla tasarlanan modeller hem klasik hem de alternatif renkleriyle tarzınızı tamamlayacak" dedi.

Vogue Unveils Fall/Winter Styles

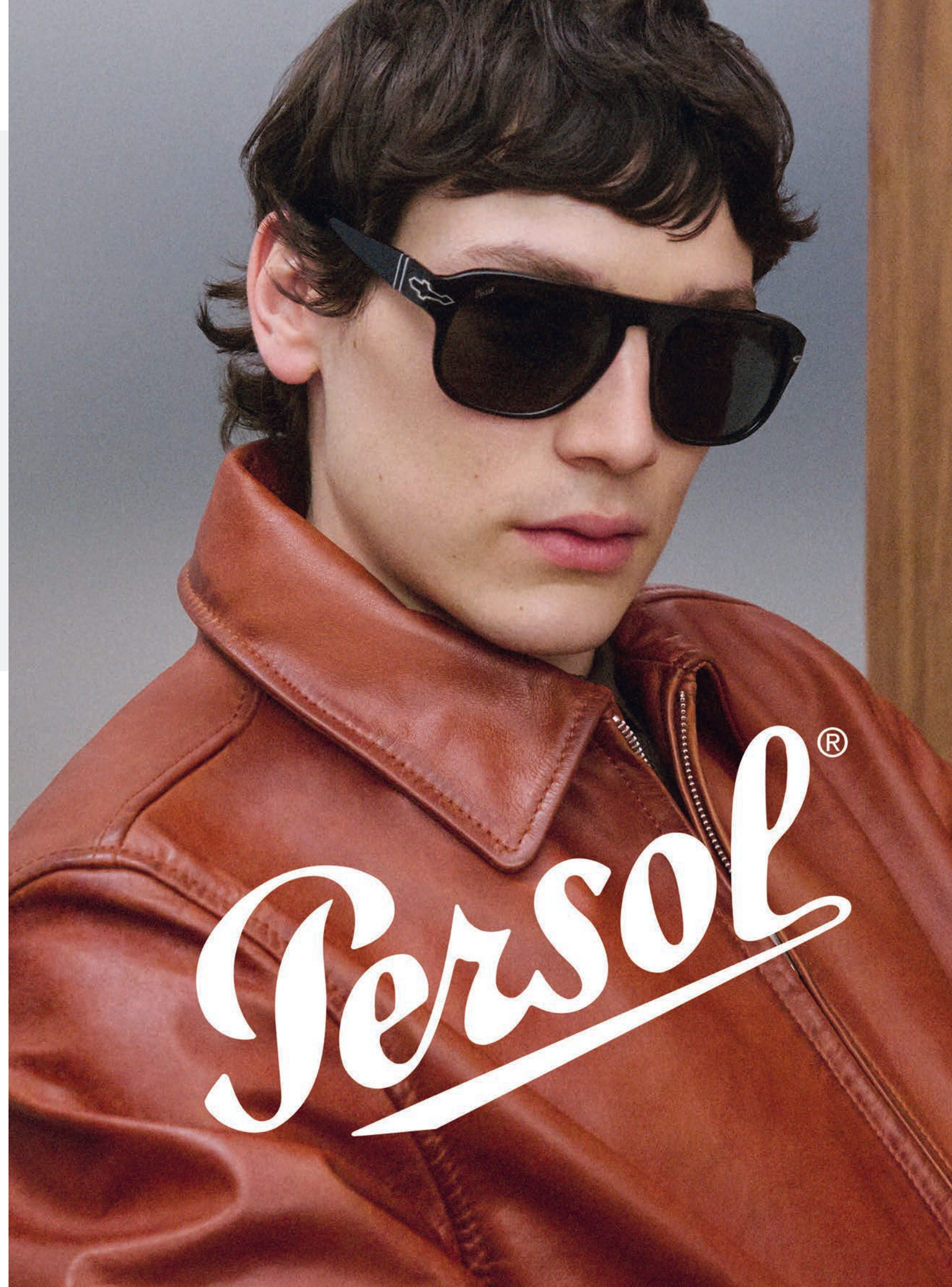
Vogue Eyewear presents its Fall/Winter 2025 collection with its ambassador Gamze Erçel. The new series highlights sophisticated designs such as the acetate frame OVO5687S, which stands out with its clean temples and distinctive V-link detail for a touch of refined minimalism. The oval-square OVO5655SU model, featuring elegantly wide temples, draws attention with a chain accessory that can be attached to the logo on the temple. Gamze Erçel said, "As always, this season we present a bold and striking collection. Designed with daring yet elegant details, the models will complement your style with both classic and alternative color options."

Çerçeveleri Mimari Objelere Dönüştürüyor

Vava, asetat gözlüklerde fütüristik bir yaklaşımı arayanlar için ideal alternatifler sunuyor. Vava'nın mimari etkisindeki geometrik tasarımları, asetat çerçevelerde güçlü bir silüet yaratıyor. Seri, yüksek kaliteli asetat kullanımı ve kusursuz form diliyle dikkat çekiyor. Minimal ama çarpıcı etkiye sahip bu çerçeveler, bireyselliğini ifade etmek isteyenlere hitap ediyor. Her detayıyla sanat ve mühendisliği bir araya getiren Vava, optik gözlükleri adeta bir mimari objeye dönüştürüyor. Vava'nın avangart ve geleceğe dönük stili, Pb Gözlük aracılığıyla Türkiye pazarına ulaşıyor ve marka tasarım tutkunlarına benzersiz bir ifade biçimi sunuyor.

Turning Frames into Architectural Objects

Vava offers ideal alternatives for those seeking a futuristic approach to acetate eyewear. Influenced by architectural forms, Vava's geometric designs create a bold silhouette in acetate frames. The collection stands out with its use of high-quality acetate and flawless form language. Minimal yet striking, these frames appeal to individuals who wish to express their uniqueness. Combining art and engineering in every detail, Vava transforms optical eyewear into architectural objects. With its avant-garde and forward-looking style, the brand reaches the Turkish market through Pb Gözlük, offering design enthusiasts a truly distinctive means of expression.





IşığI Yansıtan Detaylar Göz Alıyor

Turkuaz Optik garantisiyle Türk pazarına ulaşan Mila Zb'nin yeni koleksiyonu, markanın feminen ve sofistike çizgisini farklı konseptlerle zenginleştiriyor. Rafine hatlar, zarif formlar ve dikkatle seçilmiş renkler, koleksiyona tutarlı bir kimlik kazandırıyor. Koleksiyonda öne çıkan Metal Gem serisi sadece metal bir yapı olarak değil, bir mücevher gibi incelikle tasarlanıyor. Saplardaki facet işçiliği ışığı farklı açılarda yansıtarak gözlüğe değerli taşların ışıltısını katıyor. Koleksiyonun diğer serilerinden Gardenia renkli şeffaf laminasyonlarıyla, Essenza minimal silüetlerle, Day & Night ise kontrast oyunlarıyla eşsiz seçenekler sunuyor.

Light-Reflecting Details Dazzle

Brought to the Turkish market by Turkuaz Optik, Mila Zb's new collection enriches the brand's feminine and sophisticated style with diverse concepts. Refined lines, elegant forms, and carefully selected colors give the collection a coherent and distinctive identity. The standout Metal Gem series is designed not merely as a metal structure but as a piece of jewelry, crafted with meticulous precision. Other series in the collection include Gardenia, featuring colorful transparent laminations; Essenza, defined by minimal silhouettes; and Day & Night, offering unique contrasts through bold tonal combinations.

50 Yıllık Miras ile Çağdaş Tasarımlar

Turkuaz Optik ile Türk pazarına ulaşan Iceberg, yeni sezonda toplam 20 model ve 80 SKU ile karşımıza çıkıyor. Marka, 50 yıllık "deluxe sportswear" mirasını çağdaş tasarımlarla günümüze taşıyor. Koleksiyon, minimalizmden gösterişli detaylara uzanan geniş bir yelpazede; optik, güneş ve klipsli modellerle farklı tarzlara hitap ediyor. Koleksiyonun temel serilerinden The I, minimalist tasarımıyla öne çıkıyor. The Engraved Icon, ton-sür-ton logo efektleri ve oyma detaylarıyla markanın karakterini güçlü bir şekilde yansıtıyor. Iceberg'in 2025 Sonbahar/Kış koleksiyonu markanın genç ve şehirli ruhunu ön plana çıkartıyor.

Modern Designs with 50-Year Legacy

Distributed in Turkey by Turkuaz Optik, Iceberg introduces its new season with a total of 20 models and 80 SKUs. The brand brings its 50-year "deluxe sportswear" heritage into the present with modern designs. Spanning from minimalism to statement details, the collection includes optical, sun, and clip-on models catering to diverse styles. Among its core series, The I stands out with its minimalist design, while The Engraved Icon reflects the brand's character through tone-on-tone logo effects and engraved detailing. Iceberg's Fall/Winter 2025 collection highlights the youthful and urban spirit that defines the brand.



ICEBERG

SILMO

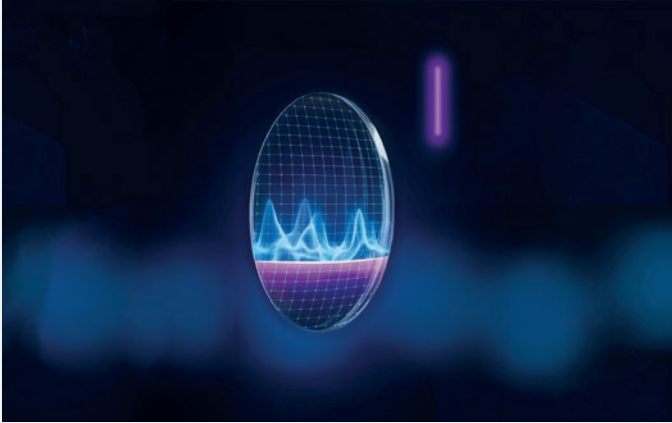
İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 6 / C6

MILA · ZB

LOVE IN ITALY





Starlens AI Şimdi Türkiye’de!

Cemfa Optik Türkiye’de bir ilki gerçekleştirerek; patentli, yapay zeka ile kişiye özel tasarlanan gözlük camı teknolojisi Starlens AI’yı sunuyor. İlk kez Silmo İstanbul’da sunulacak olan Starlens AI, kullanıcıların reçete değerlerinden yaşam tarzına ve çerçeve parametrelerine kadar birçok bilgiyi analiz ederek kişiye özel cam tasarımı oluşturuyor. Optimize teknolojisi sayesinde optik deformasyonları azaltan Starlens AI, dijital ekran kullanımı ve yüksek dereceli reçetelerde dahi net görüş ve hızlı adaptasyon sağlıyor. Platform, optisyenlere sadece 2 dakikada kişiselleştirilmiş cam üretim kodu oluşturma ve doğru indeks–kaplama önerisi gibi satış destekleri sunuyor.

Starlens AI is Now in Turkey!

Cemfa Optik is pioneering a first in Turkey by introducing Starlens AI, a patented, AI-powered technology for custom-designed eyewear lenses. Making its debut at Silmo Istanbul, Starlens AI analyzes a wide range of data, including prescription values, lifestyle habits and frame parameters, to generate lenses tailored to individual needs. With its Optimize technology, Starlens AI minimizes optical distortions, providing sharp vision and fast adaptation even for digital device users and high prescriptions. The platform also supports opticians with tools such as generating personalized lens codes in just 2 minutes and offering accurate index and coating recommendations.

Carrera’dan Cesur ve İddialı Yeni Seri

Carrera, 2025 Sonbahar/Kış sezonunda ikonik Dna’sını yansıtan yeni koleksiyonunu sunuyor. Carrera’nın yeni koleksiyonu, Flag, Signature ve C-Sport gibi iddialı serilerle stil, işlev ve karakteri bir araya getiriyor. Flag serisi Carrera’nın en cesur yüzünü sembolize ediyor. Marka arşivinden alınan ve yeniden yorumlanan ikonik Victory C logolu modelleri kapsayan Flag, şekillendirilmiş ön yüzlere ve iddialı saplara yer veriyor. Fark edilmekten korkmayanlara çağrı niteliğindeki Flag serisinde aviator formdaki metal & asetat karışımı Carrera 1076/S, rahat flex menteşeleri, çift köprüdeki Victory C detayı ile markanın mirasına bir saygı duruşu niteliği taşıyor.

Bold and Fearless New Series by Carrera

Carrera presents its new Fall/Winter 2025 collection, reflecting the brand’s iconic DNA. The collection combines style, functionality, and character through bold series such as Flag, Signature, and C-Sport. The Flag line embodies the most daring side of Carrera. Drawing inspiration from the brand’s archives, it reinterprets iconic models featuring the Victory C logo, with sculpted fronts and assertive temples. Designed for those who are not afraid to stand out, the aviator-style metal and acetate Carrera 1076/S model features comfortable flex hinges and a double bridge adorned with the Victory C detail, serving as a tribute to the brand’s heritage.



STARLENS AI
YAPAY ZEKA GÖZLÜK CAMLARI

**STARLENS AI –
Patentli, eşsiz teknoloji.
Türkiye’de bir ilk!**

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C4

Starlens Üretici: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
starlens.com.tr



Entourage Of 7 Yeni Bir İkon Sunuyor

Türkiye pazarına BDT Optik güvencesiyle ulaşan Los Angeles merkezli Entourage of 7, cesur mimari silüeti ve renkli camlarıyla hassasiyetin gücünü kutlayan en yeni modeli Titus'u beğenilere sunuyor. Japon asetatından üretilen Titus'un menteşe yapısı kimliğinin en dikkat çekici parçalarından biri olarak göze çarpıyor. Titus'un menteşeleri gizlenmek yerine özellikle her açıdan görülebilecek şekilde kullanılmış. Mücevher etkisi yaratan kontrast perçinlerle tamamlanmış ve heykelsi, güçlü yapıdaki Titus'un diğer tüm detayları gibi titiz düşüncenin değerini yansıtıyor. Entourage Of 7, Titus ile Los Angeles tarzını saf güce dönüştüren modern bir ikon sunuyor.

Entourage Of 7 Presents a New Icon

Reaching the Turkish market through BDT Optik, Los Angeles-based Entourage of 7 introduces its newest model, Titus, a design that celebrates the power of precision through a bold architectural silhouette and vibrant lenses. Crafted from Japanese acetate, Titus stands out with its distinctive hinge structure, one of the most striking elements of its identity. Rather than being concealed, the hinges are purposefully exposed from every angle, accentuated by contrasting rivets that create a jewelry-like effect. With Titus, Entourage of 7 presents a modern sculptural icon that transforms Los Angeles style into pure strength.

Arma Lens'in Bayi Ağı Genişliyor

Türkiye renkli kontakt lens pazarının en güçlü markalarından Arma Lens'in üç aylık renkli Mood koleksiyonu yeni bayileriyle buluştu. Firma, geçtiğimiz ay Antalya'daki özel bayi toplantılarında ülke genelinden yaklaşık 300 optik mağazaya yeni Mood serisini tanıttı. Arma Lens'in kalitesi ve güvencesi ile Türkiye optik pazarının ihtiyacını karşılayan Mood, 7 harel, 7 haresiz tasarıma sahip toplam 14 renkten oluşuyor. Firma seriye 6 yeni renk ekleyeceğinin müjdesini vererek; sadece bayileri olan optik mağazalarla, önerdiği perakende satış fiyatıyla çalıştığını ve rekabetten uzak, yüksek kullanıcı memnuniyeti ile satış yapan bayi ağını giderek genişlettiğini duyurdu.

Arma Lens' Dealer Network Expands

Arma Lens, a leading Turkish brand in the colored contact lens market, keeps expanding its dealer network with the three-month Mood collection. The company recently presented the latest Mood line to nearly 300 optical retailers at an exclusive meeting in Antalya. Designed to meet the needs of the local market with Arma Lens's trusted quality, Mood offers 14 shades, half with limbal rings and half without. Arma Lens has announced six new colors are on the way for the Mood series and emphasized that it sells only through its authorized partners at a fixed retail price, ensuring fair trade and strong customer satisfaction across its growing dealer network.



MINIMA®

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

SALON 6 / C3

BDT
optik

Göktürk Merkez Mahallesi Telekom Sok. Neopark Sitesi C2 No:8 İç Kapı No:6 Eyüpsultan İstanbul

www.bdtoptik.com.tr



Woodys'den Yeni Unique Bakery

Optic 844 distribütörlüğüyle Türkiye'ye ulaşan Woodys, 'özel kişiler için tasarlanmıştır' mottosunu birebir yansıttığı 'Unique Bakery' koleksiyonunu tanıtıyor. Pastane ve fırıncılık mesleklerinin sıcak ve iç ısıtan kültüründen ilham alan yeni koleksiyondaki her stili ile Woodys, kullanıcılarına kalabalıklara uyum sağlamağı değil, eşsiz duruşlarıyla öne çıkmayı vadediyor. Marka Unique Bakery koleksiyonunun kampanyasında yüzlerce kitabın resimlerini çizmiş 1941 doğumlu Katalan illüstratör Pilarin Bayés'e yer veriyor. Özellikle renkli ve etkileyici çocuk kitaplarındaki çizimleriyle tanınan Pilarin Bayés Woodys'in renkli dünyasını yansıtıyor.

New Unique Bakery from Woodys

Brought to Turkish market by Optic 844, Woodys presents its new "Unique Bakery" collection, perfectly reflecting the brand's motto "designed for unique people." Inspired by the warm and comforting world of pastry and bakery craftsmanship, each style in the collection encourages wearers not to blend into the crowd but to stand out with individuality. The campaign for the Unique Bakery collection features Catalan illustrator Pilarin Bayés, born in 1941, who has illustrated hundreds of books. Known especially for her colorful and captivating children's book drawings, Bayés beautifully embodies the vibrant spirit of Woodys.

Randolph Driveworks Serisini Sunar

Optic 844 farkıyla Türkiye'ye sunulan Randolph, Bmw'nin M ve Ford Performance gibi seçkin bölümlerinden ilham alarak sürücüler için hazırladığı yeni serisi Driveworks'ü sunar. DriveWorks; hassas ayarlı, elle işliğıyle ve performans için üretilmiştir. Askeri özelliklere sahip çerçeveler, Zeiss LightPro Teknolojili® camlarla donatılmıştır ve Randolph yeni modellerini bu üstün Zeiss teknolojsiyle tasarlanan Redline, Le Mans Mavi ve Apex Gri adlı 3 sürüş camı rengiyle sunuyor. DriveWorks, parlak koşullarda tavizsiz netlik ve dijital ekranları bozmadan parlamayı azaltan ekran dostu polarizasyonu garantileyerek eşsiz sürüş deneyimi vadediyor.

Randolph Presents the DriveWorks

Brought to the Turkish market under the assurance of Optic 844, Randolph introduces DriveWorks, a new series inspired by elite automotive divisions such as BMW M and Ford Performance. Designed exclusively for drivers, DriveWorks is precision-tuned, handcrafted, and engineered for performance. The military-grade frames are equipped with Zeiss LightPro Technology® lenses, available in three advanced driving tints: Redline, Le Mans Blue, and Apex Gray. Delivering uncompromising clarity in bright conditions, DriveWorks ensures reduced glare and screen-friendly polarization for an exceptional driving experience.



Woodys

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / E3

THE PERSON WHO WEARS THE WAY YOU SEE
OPTIC 844
www.optic844.com



Original Vintage'dan Zamansız Estetik

Ademur Optik güvencesiyle Türk pazarıyla buluşan Original Vintage Sunglasses, kendini sadece vintage estetikle sınırlamayarak ona çok katmanlı bir anlam yüklüyor. Her koleksiyon, geçmişin ruhunu bugünün dinamizmiyle birleştirerek yaşanmış bir çağdaşlık ortaya koyuyor. Napoli'nin enerjisi ve Cadore zanaatkarlığıyla üretilen her çerçeve; İtalyan tasarımının özü olan ustalık, kalite, incelik ve yeniliği taşıyor. Original Vintage Sunglasses, her koleksiyonuyla farklı bir yolculuğa davet ediyor. Geçmişle geleceğin, nostaljiyle dinamizmin, zanaatkarlıkla yeniliğin buluştuğu bu marka; yalnızca bir aksesuar değil, zamansız bir yaşam tarzı sunuyor.

Timeless Aesthetics by Original Vintage

Brought to the Turkish market by Ademur Optik, Original Vintage Sunglasses goes beyond a simple vintage aesthetic, giving it a deeper, multidimensional meaning. Each collection blends the spirit of the past with the energy of the present, creating a lived-in sense of modernity. Every frame, crafted in Naples with Cadore craftsmanship, carries the essence of Italian design through mastery, quality, refinement, and innovation. With every collection, Original Vintage Sunglasses invites wearers on a unique journey where past and future, nostalgia and vitality, craftsmanship and innovation converge to express not just style, but a timeless way of life.

Ahlem Lüksü Yeniden Tanımlıyor

Ahlem, 2025 koleksiyonu ile lüks gözlüğün anlamını yeniden tanımlıyor. Markanın Dna'sını oluşturan Fransız el işçiliği, zamansız tasarım estetiği ve en seçkin materyaller, yeni koleksiyonun da merkezinde yer alıyor. Bitki bazlı asetatlar, 22 ayar altın ve özel donanımlar; Meilleurs Ouvriers de France unvanına sahip ustaların elinde sanata dönüşüyor. Martelé (çekiçleme), lazer gravür, ham kesim ve el boyama gibi teknikler, her çerçeveyi miras niteliğinde bir parçaya dönüştürüyor. Bauhaus akımı ve mimar Tadao Ando'dan esinlenen yeni Ahlem tasarımları, zarif çizgileri modern yaşamın ruhuyla buluşturan zamansız bir estetik sunuyor.

Ahlem Redefines Modern Luxury

Ahlem redefines the meaning of luxury eyewear with FW25 line. French craftsmanship, timeless design aesthetics, and the finest materials, which form the core of the brand's Dna, stand at the core in the series. Plant-based acetates, 22-carat gold, and exclusive hardware are transformed into works of art by artisans honored with the title MOF. Techniques such as martelé (hammering), laser engraving, raw cutting, and hand painting turn each frame into a heritage-worthy creation. Inspired by the Bauhaus movement and architect Tadao Ando, the new Ahlem designs embody a timeless aesthetic that merges refined lines with the spirit of modern living.



ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES



ROUNDTEN

ETERNAL FLEXTAL® EYEWEAR

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 6 / C8 A



NANO
VISTA



ROYSSSE

Ademur Optik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.

Defterdar Mah. Otakçılar Cad. No:78 Kat 1, B Blok, No:12 Flatofis Eyüpsultan/İstanbul

0850 811 16 06

info@ademuroptik.com

www.ademuroptik.com

ADEMUR OPTİK



Vasuma'dan Asetat Optik Serisi

Asetat optik çerçeveler, sadelik ve işlevselliği en şık haliyle bir araya getiriyor. İsveç markası Vasuma, asetat modellerinde İskandinav tasarımının özünü ön plana çıkarıyor. İnce işçilik, temiz hatlar ve sürdürülebilir malzeme kullanımı, Vasuma gözlüklerini sadece bir aksesuar olmaktan çıkarıp günlük stilin vazgeçilmez bir parçası haline getiriyor. Saf ve dengeli estetiğiyle öne çıkan bu asetat çerçeveler, modern şehir insanının ofisten sokağa uzanan temposuna kusursuzca eşlik ediyor. Pb Gözlük Kurucusu, "Vasuma'nın minimalist vizyonunu Türkiye'ye getiriyor ve gözlük severlerin bu özel İskandinav tasarımını deneyimlemesini sağlıyoruz" diyor.

Acetate Optical Styles by Vasuma

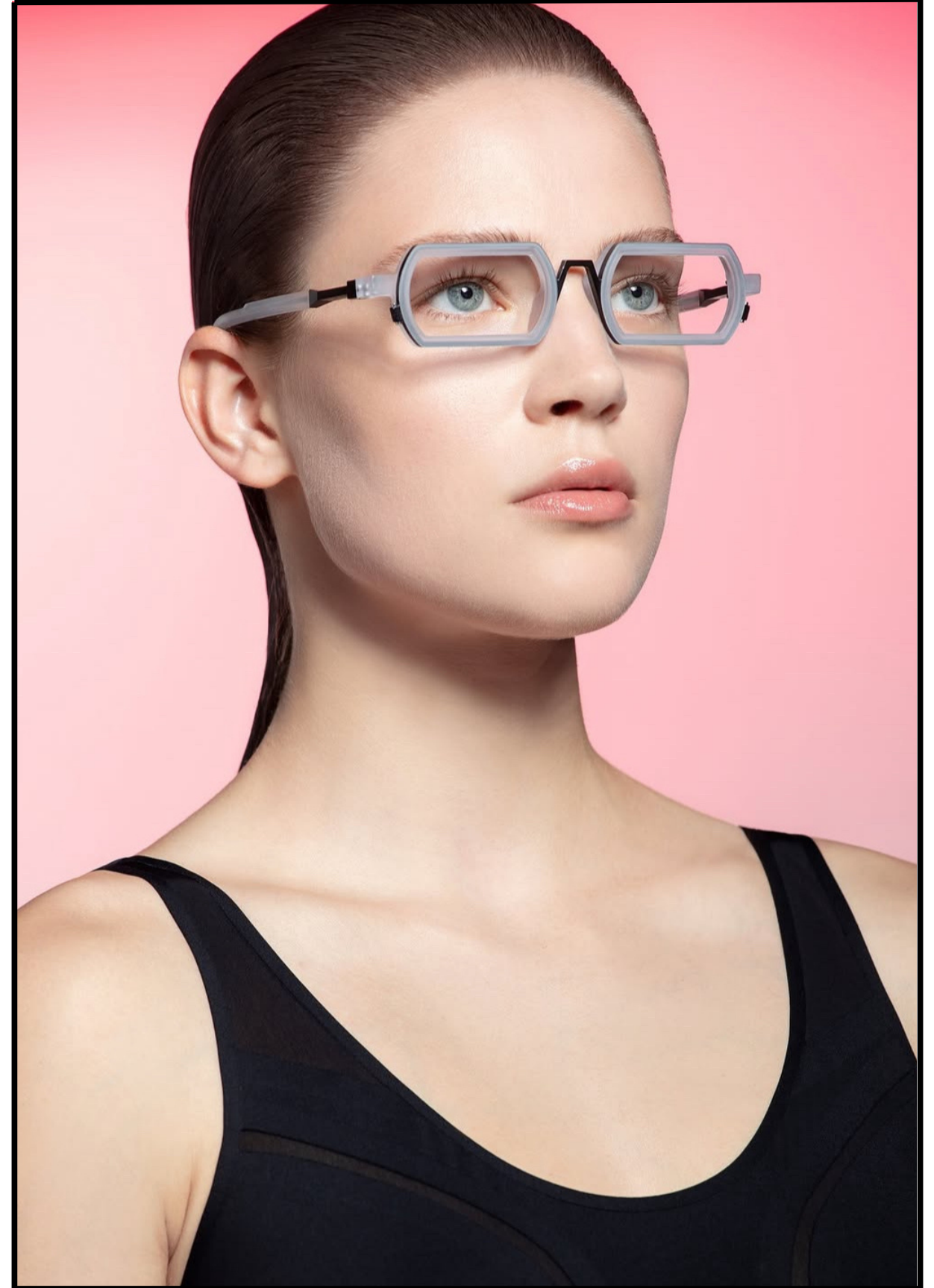
Acetate optical frames blend simplicity and functionality in the most stylish way. Swedish Vasuma highlights the essence of Scandinavian design in its acetate models. Fine craftsmanship, clean lines, and the use of sustainable materials turn Vasuma styles into more than just accessories: they become an essential part of everyday life. With their pure and balanced designs, these frames are the perfect companion for the modern city dweller, transitioning seamlessly from office hours to after-work life. Pb Gözlük Founder said: "We proudly bring Vasuma's minimalist vision to Turkey, making it easier than ever for eyewear lovers to experience Scandinavian design at its best."

İtalyan Şıklığının Modern Yansıması

Asetat optik çerçeveler söz konusu olduğunda Charlie Max Milano, Milano'nun sofistike ruhunu yansıtarak klasik ve modern tasarımı ustalıkla dengeliyor. Gözlük modasında zarif ve şehirli bir duruş arayanlar için ideal olan marka, geniş renk paleti ve kusursuz cilasıyla öne çıkıyor. Bu asetat çerçeveler yalnızca göz sağlığını desteklemekle kalmıyor, aynı zamanda her kombini şık bir şekilde tamamlıyor. Pb Gözlük Kurucusu, "Charlie Max Milano'nun optik koleksiyonunu seçerek İtalyan el işçiliğini ve Milano'nun moda kültürünü günlük hayata taşıyan bir kreasyon sunuyoruz" diyor.

Modern Reflection of Italian Elegance

When it comes to acetate optical frames, Charlie Max Milano embodies the sophisticated spirit of Milan, perfectly balancing classic and contemporary design. Ideal for those looking for a refined and urban look in eyewear fashion, the brand offers a wide color palette and flawless finishing. These acetate frames not only support visual health but also complete any outfit with a touch of style. Pb Gözlük Founder stated: "We curate and present Charlie Max Milano's optical collection to those who appreciate Italian craftsmanship and want to bring a piece of Milan's fashion culture into their everyday life."



P&B

EYEWEAR AGENCY

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

SALON 6 / D4



Freesbee Kalite ve Konforu Birleştiriyor

Dayanıklılığı, karakteristik hatları ve farklı yüz tiplerine uyumuyla Freesbee kemik modeller, optik dünyasında fark yaratıyor. Prm Group distribütörlüğüyle Türkiye'ye ulaşan Freesbee'nin kemik çerçeve koleksiyonu yalnızca sağlamlığıyla değil; sunduğu geniş model çeşitliliğiyle de dikkat çekiyor. Koleksiyon, kalın kemik gövdelerin retro havasından zarif ve ince profilli tasarımlara, parlak renklerden mat ve şeffaf tonlara kadar her zevke hitap eden geniş seçenekler sunuyor. Kemik çerçeveler aynı zamanda uzun ömürlü kullanımıyla biliniyor. Darbelere karşı direnç, esneklik ve gün boyu konfor sağlayan ergonomik tasarımlar, kullanıcıya güven veriyor.

Freesbee Combines Quality and Comfort

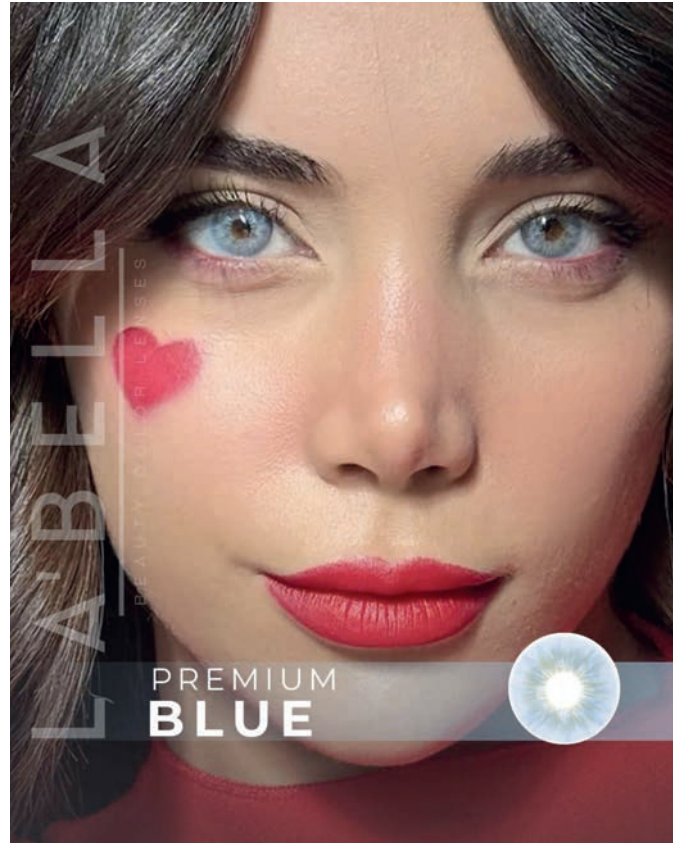
With their durability, distinctive lines, and compatibility with different face shapes, Freesbee's acetate models stand out in the optical world. Brought to Turkey by Prm Group, Freesbee's acetate frame collection draws attention not only for its strength but also for its wide range of designs. From the retro appeal of thick acetate bodies to refined, slim profiles, and from glossy hues to matte and transparent tones, the collection offers styles for every taste. Acetate frames are also known for their long-lasting performance. Resistant to impact and providing flexibility and all-day comfort, their ergonomic designs inspire confidence in every user.

Kontakt Lens Pazarına İlham Veriyor

Optik Dünyası'nın renkli kontakt lenslerde güzelliği teknolojiyle buluşturduğu markası La Bella, her yıl yenilenen renkleri ve doğallıktan ödün vermeyen serileri öne çıkıyor. Firmanın daha dinamik ve ulaşılabilir markası Iconic ise hipermetrop değerlerle de satışa sunulan yeni serisi Iconic Fresh'teki Pure Hazel, Sterling Grey, Green ve Blue olmak üzere 4 yeni rengiyle dikkat çekiyor. Optik Dünyası yetkilileri, "Zamanın değerinin bilincindeyiz. Optikb2b mobil uygulaması sayesinde sipariş süreçleri daha hızlı ve pratik hale getirdik. Bayiler, cep telefonlarından tüm ürün bilgilerine erişerek, siparişlerini saniyeler içinde tamamlayabilirler" dedi.

Inspiring the Contact Lens Market

La Bella, the brand from Optik Dünyası that blends beauty with technology in colored contact lenses, stands out with its annually renewed shades and naturally appealing collections. The company's more dynamic and accessible brand, Iconic, draws attention with four new colors: Pure Hazel, Sterling Grey, Green, and Blue in its Iconic Fresh series, now available with hypermetropic prescriptions as well. Optik Dünyası stated, "We value time. With the Optikb2b mobile app, we've made the ordering process faster and more convenient. Our partners can access all product details and complete their orders in seconds right from their phones."



KEMİK ÇERÇEVELERDE TARZ VE GÜÇ BİR ARADA

Cesur çizgiler, sofistike detaylar, zamansız stil

PRM GROUP
Türkiye geneli bayilik verilecektir.
Tel: 0212 2444437 - Mobil: 0532-7449598
info@prmgroupventures.com
www.freesbeeusa.com.tr / www.freesbeeusa.com
instagram.com/freesbeebrand

Freesbee



Mooshu Yeni Asetat Seri Çıkardı

Mooshu'nun yeni asetat koleksiyonu, sadece estetik açıdan değil, aynı zamanda fonksiyonellik açısından da dikkat çekiyor. Her bir parça, modanın zamansız zarafetini yansıtırken, kullanıcıya rahatlık ve dayanıklılık sunmayı amaçlıyor. Koleksiyonda yer alan gözlükler, canlı renk paleti ve cesur tasarım detaylarıyla öne çıkıyor. Mooshu, bu koleksiyonla birlikte hem klasik hem de modern unsurları harmanlayarak, modaseverlere geniş bir yelpaze sunuyor. Asetat gözlüklerinde kullanılan malzemelerin çevre dostu olmasına özen gösteren Mooshu, sorumlu marka bilinciyle de dikkat çekiyor.

Mooshu Launches New Acetate Series

Award-winning Mooshu has announced the launch of its new acetate series. Turkish brand Mooshu's new acetate collection stands out not only for its aesthetics but also for its functionality. Each piece reflects timeless elegance while offering comfort and durability to the wearer. The collection features bold design details and a lively color palette that bring a fresh energy to eyewear. Blending classic and modern elements, Mooshu presents a wide range of styles for fashion lovers. The brand also emphasizes sustainability, using eco-friendly acetate materials that reflect its commitment to responsible design.

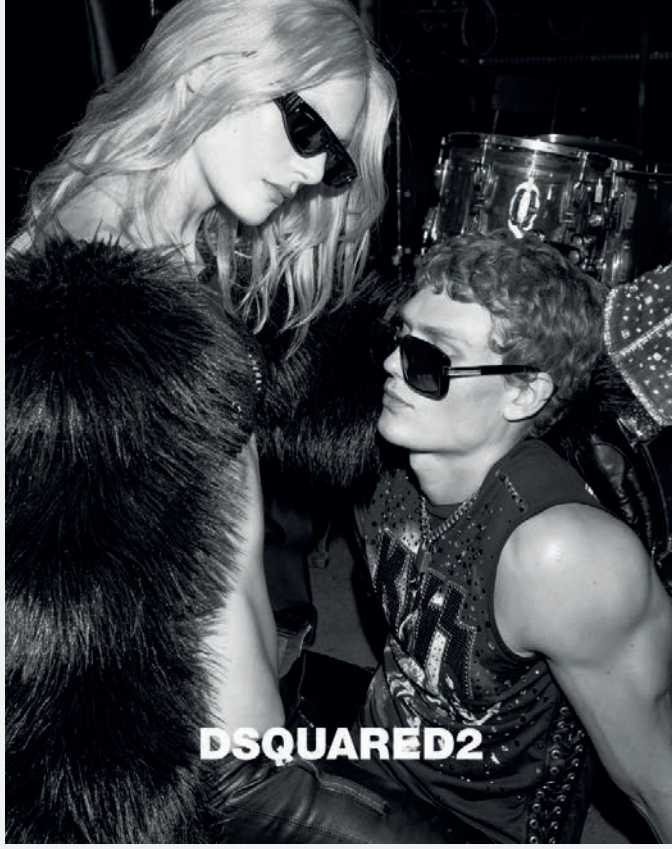
Yusuf Dikeç Altın Madalya Kazandı

Seiko Optik'in sponsoru olduğu ve markanın Görüş Elçisi olan Milli Atıcılık sporcumuz Yusuf Dikeç geçtiğimiz ay İstanbul'da gerçekleşen Havalı Silahlar Avrupa Şampiyonlar Ligi karşılaşmasında 10 M Havalı Tabanca Erkekler Takım kategorisinde Altın madalyanın sahibi oldu. Paris 2024 Yaz Olimpiyat Oyunları'ndan gümüş madalyayla dönen, ikonik duruşu ve rekorlarıyla tüm dünyada ses getiren Milli Sporcumuz Yusuf Dikeç "Gözlerimde miyop astigmat var. Başarılarım için bana net ve mükemmel görüş kazandıran ve her zaman yanımda olan Seiko Optik ekibine çok teşekkür ederim" dedi.

Yusuf Dikeç Wins the Gold Medal

National shooting athlete Yusuf Dikeç, sponsored by Seiko Optik and serving as the brand's Vision Ambassador, claimed the Gold Medal last month at the European Champions League for Air Weapons, held in Istanbul. Returning from the Paris 2024 Olympic Games with a silver medal, Dikeç has made his mark on the global stage with his iconic stance and record-breaking achievements. Sharing his thoughts after his latest victory, Dikeç said: "I have myopic astigmatism. I would like to sincerely thank the Seiko Optik team for always being by my side and providing me with clear and perfect vision that supports my success."





Cesur Hacimler ve Keskin Hatlar Öne Çıkıyor

Dsquared2, markanın imzası haline gelmiş cesur hacimler, keskin hatlar ve dikkat çekici tasarımlarla öne çıkan yeni 2025 Sonbahar/Kış gözlük koleksiyonunu sunuyor. Koleksiyonda, Double-D logosu veya DSQ2 kesimli logo gibi çarpıcı marka detaylarıyla öne çıkan güneş ve optik gözlükleri, modern bir renk paletiyle sunuluyor. Seride erkeklere özel asetat, kare formlu güneş stili D2 0178/S cesur çizgileri için 70'lerden ilham almış. Tasarım çift derinlikli parlak yüzeye sahip metal köprüyle zenginleştirilmiş. Kadınlara özel D2 0184/G/S asetat güneş modeli ise düz üst kısmı ve markaya özgü metal süslemelerle dekore edilen ön kısmıyla dikkat çekiyor.

Bold Volumes and Sharp Lines Stand Out

Dsquared2 introduces its new Fall/Winter 2025 eyewear collection, defined by the brand's signature bold volumes, sharp lines, and striking design language. The collection features both sun and optical styles distinguished by eye-catching branding details such as the Double-D emblem and DSQ2-cut logo, presented in a modern color palette. For men, the acetate square-shaped D2 0178/S model draws inspiration from the bold aesthetics of the 1970s, enriched with a dual-depth glossy metal bridge. For women, the D2 0184/G/S acetate sunglass design stands out with its flat upper profile and front detailing adorned with signature metallic embellishments.



Zeiss Türkiye'de Önemli Atama

Zeiss, Türkiye organizasyonunda önemli bir görevlendirmeye imza attı. Afra Karaca, yeni İnsan Kaynakları Ülke Müdürü olarak atandı. Afra Karaca, insan kaynakları kariyerinde 15 yılı aşkın zengin deneyimi ve bilgi birikimiyle, Zeiss'in "İyiden Daha İyiye ve Mükemmelle" uzanan yolculuğunda stratejik ve proaktif rol üstlenecek. Profesyonel kariyerine Novartis'te başlayan Karaca, BP/Castrol'de 5 yıl boyunca Türkiye, Ukrayna ve Orta Asya satış ekiplerinin işe alım, eğitim-gelişim, yetenek ve performans yönetimi süreçlerine liderlik etti. Alcon bünyesinde de çok değerli katkılar sunan Karaca, tüm bilgi birikimi ve deneyimini Zeiss Türkiye'ye taşıyacak.

Key Appointment at Zeiss Turkey

Zeiss Turkey announced that Afra Karaca has been named as the new Country Human Resources Manager. With over 15 years of extensive experience in human resources, Karaca will play a strategic and proactive role in Zeiss's journey of continuous improvement toward excellence. She began her professional career at Novartis and later spent five years at BP/Castrol, leading recruitment, training and development, talent, and performance management processes for sales teams across Turkey, Ukraine, and Central Asia. Having also made valuable contributions during her tenure at Alcon, Karaca now brings her expertise and experience to Zeiss Turkey.





İşlevsel Öğeler ve Yalın Çizgilerin Gücü

Turkuaz Optik distribütörlüğüyle Türk pazarına getirilen Hally and Son, yeni sezon koleksiyonunda kendine özgü sade çizgisine farklı bir enerji katıyor. Tasarımlar yalnızca estetik değil, aynı zamanda günlük hayata pratik çözümler sunuyor. Öne çıkan Clip-On serisi, optik çerçevenin tek bir hamlede güneş gözlüğüne dönüşmesini sağlıyor. Bu işlevsellik, sıradan bir detayı stilin parçasına dönüştürüyor. Essential'da ise sade, ince yapılar, dengeli oranlar ve hafif malzemeler rahat ve sofistike bir görünüm yaratıyor. Hally and Son bu iki serisiyle, fonksiyonun dinamizmi ile yalın çizgilerin gücünü kutluyor.

The Power of Simplicity and Function

Brought to the Turkish market by Turkuaz Optik, Hally and Son infuses a new energy into its signature minimalist aesthetic this season. The designs go beyond visual appeal, offering practical solutions for everyday life. The standout Clip-On series allows optical frames to transform into sunglasses with a single motion, turning functionality into a style statement. The Essential series, on the other hand, features slim structures, balanced proportions, and lightweight materials that create a refined yet effortless look. With these two series, Hally and Son celebrates the harmony between function and simplicity.

Moscot New York'u Onurlandırıyor

New York'un hikaye anlatıcılarına, vizyonerlerine ve gündelik kahramanlarına saygı duruşu niteliğindeki Moscot'un 2025 sonbahar koleksiyonu Living History, markanın 110 yıllık tasarım mirasını yeniden yorumluyor. Living History koleksiyonu, cesur yeni silüetler ve zamansız klasikler ile dikkat çekiyor. Serideki Traif ve Spilkes gibi güçlü formlar modern bir karakter sunarken, kompakt ama ikonik çizgilere sahip Cosnic, Moscot'un köklü estetiğini günümüze taşıyor. Living History'deki her tasarım, şehrin Lower East yakasının benzersiz ruhunu yansıtarak ikonik markanın geçmişiyle bugünü bir araya getiriyor.

Moscot Honors New York City

Paying tribute to New York's storytellers, visionaries, and everyday heroes, Moscot's Fall 2025 collection Living History reinterprets the brand's 110-year design heritage. The collection stands out with bold new silhouettes and timeless classics. Strong forms such as Traif and Spilkes bring a modern edge, while the compact yet iconic lines of Cosnic carry Moscot's rooted aesthetic into the present day. Each piece reflects the unique spirit of the city's Lower East Side, bridging the brand's rich past with its contemporary vision. Moscot collections are brought to the Turkish market through the distribution of Atölye Gözlük.



HASSASIYET & OTOMASYON MÜKEMMELLEŞTİRİLMİŞ GÖRÜŞ

adeLens®

OPTİK GÖZLÜK CAMLARI

CORTEX® | oppo® | CYBER EYE®

www.adellens.com.tr • Tel: +90 212 494 54 54

f /adel.lens
t /adellensoptik
i /adel.lens

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / D1





Arıkan Group Antalya'ya Davet Ediyor

Arıkan Group, en yeni koleksiyonlarını 27-30 Kasım tarihlerinde Antalya Voyage Belek Golf & Spa Otel'de gerçekleştireceği Gözlük Zirvesi 2025 etkinliğinde sergileyecek. Quantum, Belmond, Slazenger ve Lee Cooper markalarının yeni gözlük koleksiyonlarını 3 gün sürecek görkemli etkinlikte tanıtacak olan Arıkan Group, iş ortaklarına sürprizlerle dolu bir program hazırladığını duyuruyor. Etkinlikte özellikle fiyat-performans dengesi, tasarım gücü, kaliteli üretim ve dayanıklılığı ustalıkla bir araya getiren Quantum'un ve kadınların estetik beklentilerini optimum seviyede karşılayarak modanın nabzını tutan Belmond'un yeni güneş ve optik serileri göz kamaştırarak.

Arıkan Group Invites You to Antalya

Arıkan Group will showcase its latest collections at the Eyewear Summit 2025, taking place from November 27 to 30 at Voyage Belek Golf & Spa Hotel in Antalya. Arıkan Group will unveil the new eyewear collections of Quantum, Belmond, Slazenger, and Lee Cooper during the three-day event, which promises an impressive program filled with surprises for its business partners. Among the highlights will be Quantum's latest sun and optical models that masterfully combine design power, quality, and durability, and Belmond's elegant creations that capture the pulse of fashion while meeting women's aesthetic expectations at their finest.

Root&Steel Doğallığı Koruyor

Doğanın izleri, Root&Steel tasarımlarında yeniden hayat buluyor. Koç boynuzu, doğal taş ve ahşap gibi doğal malzemeler, ustaların titiz el işçiliğiyle harmanlanarak benzersiz çerçevelere dönüşüyor. Sürdürülebilirlik, Root&Steel için bir trend değil; üretim anlayışının temel yapı taşıdır. Çerçevesi, çevre dostu yaklaşımı ve modern tasarım çizgilerini bir araya getirir. Böylece Root&Steel, el işçiliğinin gücünü doğayla uyumlu bir vizyonla yeniden tanımlıyor. Marka felsefesi "doğallığı korumak ve geleceğe aktarmak" olan Root&Steel; bu yaklaşımıyla bir gözlük markası olmanın ötesine geçerek, sürdürülebilir bir yaşamın zarif simgesi haline geliyor.

Root&Steel Preserves Naturalness

The traces of nature come to life again through Root&Steel's designs. Natural materials such as ram horn, natural stone, and wood are transformed into unique frames through meticulous craftsmanship. For Root&Steel, sustainability is not a passing trend but the cornerstone of its production philosophy. Its frames combine an eco-friendly approach with modern design lines, redefining the power of craftsmanship through a vision in harmony with nature. With its philosophy of "preserving and passing on naturalness," Root&Steel goes beyond being just an eyewear brand to become an elegant symbol of sustainable living.





Valentino Orlandini'den İtalyan Şıklığı

Essa Daniel Klein Group garantisıyla Türkiye pazarıyla buluşan Valentino Orlandini yeni optik koleksiyondan sofistike feminen çizgileri, kare formu ve yüksek kaliteli detaylarıyla dikkat çeken bir modeli tanıtıyor. İtalyan zarafetinin modern yorumunu yansıtan bu özel tasarım, sadece şıklık değil işlevsellik de vadediyor. Üst düzey asetattan üretilen model, eşsiz menteşe yapısı sayesinde uzun ömürlü ve konforlu kullanım sağlıyor. İnce işçilikle yerleştirilen VO monogram logosu, sap kısmında zarif ama etki-leyici bir vurgu yaratıyor. Valentino Orlandini'nin İtalyan imzası taşıyan bu özel optik modeli, estetik tutkusunu kaliteyle buluşturanlara hitap ediyor.

Italian Elegance by Valentino Orlandini

Introduced to the Turkish market under the assurance of Essa Daniel Klein Group, Valentino Orlandini presents a new optical model distinguished by its sophisticated feminine lines, square form, and refined detailing. Reflecting a modern interpretation of Italian elegance, this design offers not only style but also functionality. Crafted from premium acetate, the model ensures long-lasting comfort with its uniquely engineered hinge structure. The delicately placed VO monogram on the temples adds a subtle yet striking accent. This optical piece, carrying the unmistakable Italian signature of Valentino Orlandini, appeals to those who value both aesthetics and quality.

Rafine Formlar ve Renkler Sunuyor

Essa Daniel Klein Group güvencesiyle sunulan Santa Barbara Polo & Racquet Club, yeni optik koleksiyonuyla zanaatkarlığın ve şıklığın mükemmel uyumunu yakalıyor. Yeni koleksiyon, özellikle katmanlı asetat kullanımı ve keskin hatlara sahip çerçeveleriyle dikkat çekiyor. Gözlüklerin ön yüzünden sap ucuna kadar uzanan renk geçişleri ve tasarım detayları, el işçiliğinin zarif bir yansıması olarak öne çıkıyor. Modellerdeki renk ve form oyunları, Santa Barbara Polo & Racquet Club'ın rafine tasarım anlayışını yansıtıyor. Koleksiyon sadece işlevsellik değil, aynı zamanda prestijli bir stil ifadesi olarak konumlanıyor.

New Line Offers Sophistication

Presented under the assurance of Essa Daniel Klein Group, Santa Barbara Polo & Racquet Club captures the perfect harmony of craftsmanship and elegance with its new optical collection. The new optical collection stands out with layered acetate structures and sharply defined frame lines. From the front to the temple tips, subtle color transitions and design nuances reflect the sophistication of meticulous handcrafting. The interplay of hues and shapes highlights the brand's refined design philosophy. Santa Barbara Polo & Racquet Club's new collection represents not only functionality but also a statement of prestige and timeless style.



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

SALON 5 / C4

It's Art Time.
Wear the Masterpiece.



Philippe Müller'dan Sanatsal Asalet

Efor Optik farkıyla sunulan Philippe Müller koleksiyonu, sizleri zamansız şıklığı ve üstün konforu bir arada keşfetmeye davet ediyor. Titanyum-IP kaplama ve parlak çerçeve detaylarına sahip modeller, hafiflikleri ve ince işçilikleriyle sanatın zarafetini taşıyor. Her model, estetik bir duruş ve kendine has dokusuyla benzersiz bir deneyim yaşıyor. Esnek yapısıyla gün boyu konfor sağlayan Philippe Müller gözlükleri, kolay kırılmayan ve formunu koruyan dayanıklı malzemelerle üretiliyor. Retro esintileri modern çizgilerle harmanlayan, pratiklik ve dayanıklılık sunan Philippe Müller gözlükleri optik dünyasında yeni bir estetik sayfa açıyor.

Artful Elegance by Philippe Müller

Offered with the assurance of Efor Optik, the Philippe Müller collection invites you to explore timeless sophistication combined with exceptional comfort. Featuring titanium-IP coatings and polished frame details, each design reflects the grace of art through lightweight structures and meticulous craftsmanship. Every model offers a distinctive aesthetic and unique tactile experience. With their flexible construction, the frames provide lasting comfort throughout the day while maintaining durability and shape retention. Blending retro influences with modern lines, the series offers a new chapter of elegance to the optical world.

Linda Farrow Sürrealizmi Kutluyor

Linda Farrow 2025 Sonbahar/Kış sezonu için sürrealist sanat akımından ilham alarak hazırladığı yeni koleksiyonunu ikonik Londra mirasını kutlayan görkemli bir kampanyayla tanıtıyor. Klasik sofistike tarzı, avangart ifadeyle harmanlayan kampanya Londra'daki ünlü tarih müzesi British Museum'da çekildi. Müzenin görkemli sütunları önünde sergilenen yeni tasarımlar, heykelsi asetat formları, 22 ayar altın kaplama detayları ve kusursuz cam işçiliği ile aksesuar olmanın ötesine geçerek feminenliği kutlayan güçlü bir ifade aracı haline geliyor. Kampanyada Great Court'un dramatik ışıklarıyla beyaz ve altınla taçlanan formlar, seriye zamansız bir rafinelik katıyor.

Linda Farrow Celebrates Surrealism

Linda Farrow unveils its new FW25 collection through a spectacular campaign that celebrates the brand's iconic London heritage. Blending classic sophistication with avant-garde expression, the campaign was shot at the renowned British Museum in London. Presented against the museum's majestic columns, the new designs transcend the notion of an accessory with their sculptural acetate forms, 22-carat gold-plated details, and impeccable lens craftsmanship, becoming a powerful statement of femininity. Bathed in the dramatic light of the Great Court, the white and gold-accented pieces add a timeless sense of refinement to the collection.



EFOR OPTİK GÖZLÜK SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.

Genç Osman Mah. Özlem Sok. No:8 Kat:4 Güngören/İstanbul
www.eforoptik.com.tr / 0 212 438 24 49 / info@eforoptik.com.tr



Louis Barton Çabasız Zarafet Sunuyor

Yeni Louis Barton koleksiyonu, dingin çizgilerle modern detayları bir araya getirerek günlük kullanımı özel kılıyor. Markanın tasarımları, abartıdan uzak ama karakteri güçlü bir estetik anlayışıyla öne çıkıyor. Her model, farklı yüz hatlarına uyum sağlayacak ölçülerde ve rahatlıkla tasarlandı. Koleksiyondaki çerçeveler, şehir yaşamının dinamizmine uyum sağlarken aynı zamanda gündelik sadeliği koruyor. Renk seçeneklerinde öne çıkan doğal tonlar, her kombinle uyumlu bir görünüm sunuyor. Detaylara verilen özen, ilk bakışta fark edilen bir kalite hissi yaratıyor. Louis Barton hayatın her alanında kolaylıkla kullanılacak esnek bir tarz sunuyor.

Louis Barton Offers Effortless Elegance

The new Louis Barton collection combines calm lines with modern details, making everyday wear feel special. Louis Barton's designs in the new collection stand out with a refined yet strong aesthetic that avoids exaggeration. Each model is created in balanced proportions to suit different face shapes and ensure comfort. The new frames adapt to the dynamic pace of city life while maintaining understated simplicity. Natural tones dominate the color palette, offering versatility for any look. Attention to detail delivers an instant sense of quality. Louis Barton presents a flexible style that fits seamlessly into both professional and social life.

Modo'nun Çerçevesiz Serisi Genişliyor

Turkuaz Optik distribütörlüyle Türk pazarına ulaşan Modo'nun Three.3 Rimless koleksiyonu, ultra hafifliğin geldiği son noktayı temsil ediyor. Sadece 3.3 gram çerçevesiz tasarımlardan oluşan seri, titanyumun dayanıklılığı ile TR90'ın esnekliğini birleştirerek günlük hayatta neredeyse hissedilmeyecek bir konfor sunuyor. Vidasız menteşe sistemi ve ayarlanabilir burun pedleri, fonksiyonelliği ince detaylarla tamamlıyor. Yeni sezonda seriye çift köprülü stiller ekleniyor. Gold, Gunmetal ve Dusty Green gibi modern renk seçenekleriyle sunulan modeller, köprü ve sap kombinasyonlarını kişiselleştirme seçeneği sayesinde bireysel zevklere öncelik veriyor.

Modo's Rimless Series Expands

Distributed in Turkey by Turkuaz Optik, Modo's Three.3 Rimless collection represents the pinnacle of ultra-light design. Weighing only 3.3 grams, the rimless models combine the durability of titanium with the flexibility of TR90, offering nearly weightless comfort for everyday wear. The screwless hinge system and adjustable nose pads add refined functionality to the minimalist structure. This season, the series expands with new double-bridge styles. Available in modern hues such as Gold, Gunmetal, and Dusty Green, the models highlight individuality through customizable bridge and temple combinations.



LOUIS BARTON

"Her detay, bir incelik."

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / B1



ÖZELLER
SINCE 1991



LOUIS BARTON

SCARLET OAK
EYEWEAR

MASSI
EYEWEAR

EPIFİZ
EYEWEAR

IMABARI KINSEI




POURCHET



epifizeyewear



+90 (531) 660 98 56

www.epifizeyewear.com

Sultaniye Mh. Sıdika Cebecioğlu Sk. No:8/D Özeller İş Merkezi Esenyurt / İstanbul

Herkes için Moda ESSA DANIEL KLEIN GROUP



“Silmo İstanbul Optik Fuarı yeni ürünleri tanımak ve müşteri portföyünü genişletmek isteyen firmalar için en doğru adres konumundadır.”

“Silmo İstanbul Optical Fair is the ideal venue for companies looking to introduce new products and expand their customer portfolios.”

Merhaba Ercan Bey. Kendinizi okurlarımıza tanıtarak, sektöre giriş süreciniz ve bugüne kadar edindiğiniz tecrübelerden kısaca bahseder misiniz?

Ben Ercan Çevik, 1973 yılında Antalya'nın Akseki ilçesinde doğdum. Aile mesleğimiz olan saatçiliğe ikinci kuşak temsilci olarak adım attım. Küçük yaşlarda katıldığım yurtdışı seyahatleri ve fuarlar, ufkumun genişlemesine ve küresel vizyon kazanmama büyük katkı sağladı. Bu deneyimler, ilerleyen yıllarda işimizi yalnızca Türkiye ile sınırlı görmememiz gerektiğini anlamamı sağladı. Bugün geldiğimiz noktada, ürünün ilk tasarımı aşamasından nihai tüketiciye ulaşmasına kadar geçen her adımda edindiğimiz tecrübe, Essa Group'un yüksek kalite ve hizmet standartlarının temelini oluşturuyor.

Hello Mr. Çevik. Could you introduce yourself briefly, and tell us about your journey into the industry and the experience you have gained so far?

I am Ercan Çevik, born in 1973 in Akseki, Antalya. I entered the family business of watchmaking as a second-generation representative. The international trips and fairs I attended from a young age greatly broadened my horizons and helped me develop a global vision. These experiences made me realize that our business should not be limited to Turkey alone. Today, the expertise we have gained at every step, from the initial design of a product to its delivery to the final consumer, forms the foundation of Essa Group's high standards in quality and service.



Ercan Çevik

Fashion for Everyone

Essa Group olarak 50 yılı aşkın süredir saat sektöründe güçlü bir konumdasınız. Öncelikle bize şirketinizin hikayesini ve bugün geldiği noktayı anlatır mısınız?

Essa Group'un serüveni, Tahtakale Eminönü'nde 7 metrekarelik küçük bir dükkânda başladı. Bu mütevazı başlangıç, ailemizin iş disiplini ve azmi sayesinde kısa sürede büyüyerek profesyonel bir yapıya dönüştü. Lokomotif markamız Daniel Klein'in markalaşma yolculuğu 1998 yılında başladı; 1999'dan itibaren dünya genelindeki tescil süreciyle 2000 yılında hem Türkiye'de hem de 36 ülkede resmi tescil aldık. Bu adım, uluslararası pazara açılmamızın mihenk taşı oldu. Bugün 85'ten fazla ülkeye ihracat yapan, 1000'e yakın satış noktasına ve 25 perakende mağazasına sahip global bir markaya dönüşmüş durumdayız. Başarımızın ardındaki en önemli unsur “Herkes için Moda” anlayışıyla dürüst, şeffaf ve azimli bir çalışma kültürünü sürdürmemizdir.

Essa Group has held a strong position in the watch industry for over 50 years. Could you tell us about the story of your company and where it stands today?

Essa Group's journey began in a small 7-square-meter shop in Tahtakale, Eminönü. This modest start quickly grew into a professional structure thanks to our family's work discipline and determination. The branding journey of our flagship brand Daniel Klein began in 1998, and with the worldwide registration process starting in 1999, we obtained official registration both in Turkey and in 36 countries by 2000. This step became a milestone for our international expansion. Today, we have transformed into a global brand exporting to over 85 countries, with nearly 1,000 points of sale and 25 retail stores. The key factor behind our success is maintaining an honest, transparent, and dedicated work culture with the philosophy of Fashion for Everyone.

Essa Group bugün 85'ten fazla ülkeye ihracat yaparak büyümeyi sürdürüyor. Global ölçekteki bu başarılı yapının yönetiminde hangi stratejiler öne çıkıyor?

Global ölçekte faaliyet göstermek, esnek ve ileri görüşlü bir yönetim modelini zorunlu kılar. Bu nedenle stratejik planlama, vizyoner liderlik ve dijitalleşme odaklı bir yaklaşıma öncelik veriyoruz. Uluslararası tedarik zinciri ve lojistik süreçlerimizi sürekli optimize ederek maliyet etkin ve kesintisiz bir operasyon yapısı oluşturduk. Her pazara özgü yerelleştirilmiş pazarlama stratejileriyle markalarımızı doğru konumlandırıyor, kültürel farklılıklara duyarlı iletişim modelleri geliştiriyoruz. İnsan kaynağımızı ise yetkinlik bazlı eğitim programları ve kariyer gelişim olanaklarıyla destekliyoruz. Müşteri geri bildirimlerini ürün geliştirme döngümüzün merkezine alıyor; dijital yönetim sistemleri sayesinde olası risklere karşı proaktif çözümler geliştiriyoruz.

Essa Group continues to grow by exporting to more than 85 countries. What strategies are key to managing this successful global structure?

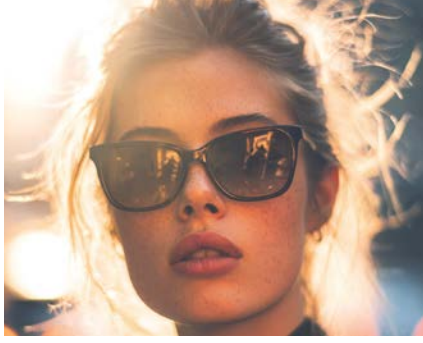
Operating on a global scale requires a flexible and forward-looking management model. Therefore, we prioritize strategic planning, visionary leadership, and a digital-focused approach. We continuously optimize our international supply chain and logistics processes to maintain a cost-effective and seamless operational structure. Through localized marketing strategies for each market, we position our brands correctly and develop communication models that are sensitive to cultural differences. We support our human resources with competency-based training programs and career development opportunities. Customer feedback is placed at the center of our product development cycle, and through digital management systems, we develop proactive solutions to potential risks.

Son yıllarda saatten gözlüğe uzanan yeni bir yolculuğa adım attınız. Gözlük kategorisine giriş kararınız nasıl şekillendi?

Yıllar içerisinde edindiğimiz küresel tecrübe ve yerel gücümüz, kaliteye olan bağlılığımızla müşteri memnuniyetini esas alan yaklaşımımız, bizi sadece saat değil, stilin tamamlayıcı diğer unsurlarına da yönelmeye teşvik etti. Saat sektörü, bize tasarım, üretim ve küresel marka yönetimi konusunda güçlü bir bilgi birikimi kazandırdı. Bu deneyim, stilin tamamlayıcı unsurlarına yönelmemiz için doğal bir zemin oluşturdu. Gözlük de tıpkı saat gibi sadece işlevsel bir ürün değil; kişinin kimliğini ve tarzını yansıtan bir moda ifadesidir. Tüketici eğilimlerinin de fonksiyon ve estetiği bir arada sunan markalara yöneldiğini gözlemledik. Bu doğrultuda profesyonel bir gözlük departmanı kurarak güçlü bir ekiple optik sektörüne adım attık ve kısa sürede kendimize sağlam bir yer edindik.

In recent years, you have embarked on a new journey extending from watches to eyewear. How did your decision take shape?

Over the years, our global experience and local strength, combined with our commitment to quality and a customer-focused approach, encouraged us to expand beyond watches into other elements that complement personal style. The watch industry provided us with strong knowledge in design, production, and global brand management. This experience created a natural foundation for moving into complementary style items. Eyewear, like watches, is not only a functional product but also a fashion statement reflecting a person's identity and style. We observed that consumer trends increasingly favor brands that offer both function and aesthetics. With this in mind, we established a professional eyewear department, entered the optical sector with a strong team, and quickly secured a solid position.



Güçlü bir marka portföyünüz var. Markalarınız ve koleksiyonlarınızın temel özellikleri hakkında bizi bilgilendirir misiniz?

Daniel Klein, Fashion for Everyone (Herkes için Moda) mottosuyla yola çıkan ve dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya ulaşan bir marka olarak, gözlük koleksiyonunda da aynı felsefeyi sürdürüyor. Marka, modayı takip eden, kendine özgü tarzını kaliteli ve uygun fiyatlarla yansıtmak isteyen herkese hitap ediyor. Kökleri 1886 yılına uzanan ve Amerikan polo kültürünü temsil eden Santa Barbara Polo & Racquet Club, klasik ve sportif yaşam tarzını benimseyenler için global bir stil sembolüdür. Gözlük koleksiyonunda da bu zarif ve rahat şıklığı net bir şekilde görebilirsiniz. İtalyan tasarım mirasını modern çağın ihtişamıyla buluşturan Valentino Orlandi, gözlük koleksiyonunda da eşsiz bir lüks anlayışını temsil ediyor. Her modeli adeta bir tasarım objesi gibi özenle hazırlanan bu koleksiyon, göz alıcı detayları ve sofistike yapısıyla öne çıkıyor. Kısacası Daniel Klein; geniş kitlelere hitap eden trend odaklı ulaşılabilir moda, Santa Barbara Polo & Racquet Club; sportif zarafet, rahatlık ve günlük yaşam şıklığı, Valentino Orlandi ise lüks ve ihtişamı tercih edenler için vazgeçilmez seçenekler sunuyor.

You have a strong brand portfolio. Could you tell us about your brands and the main characteristics of their collections?

Daniel Klein, which started with the motto Fashion for Everyone and reaches millions of users worldwide, continues this philosophy in its eyewear collection. The brand appeals to anyone who follows fashion and wants to express their unique style with quality at an affordable price. Santa Barbara Polo & Racquet Club, with roots dating back to 1886 and representing American polo culture, is a global style symbol for those who embrace a classic and sporty lifestyle. Its eyewear collection reflects this elegant yet cozy style. Valentino Orlandi combines Italian design heritage with modern sophistication and represents a unique sense of luxury in its eyewear collection. Each model is crafted with the precision of a design object, featuring eye-catching details and a sophisticated structure. In short, Daniel Klein offers trend-focused accessible fashion for broad audiences, Santa Barbara Polo & Racquet Club provides sporty elegance, comfort, and daily style, and Valentino Orlandi is the perfect choice for those who prefer luxury and grandeur.

Markalarınız tasarım dili, işlevsellik ve ulaşılabilirlik açısından farklı zevklere ve ihtiyaçlara uyumlu. Tüketici tarafında bu çeşitlilik nasıl bir karşılık alıyor?

Portföyümüzdeki her marka, farklı beklenti ve yaşam tarzlarına hitap ediyor. Daniel Klein, “modayı yakından takip ediyorum ama bütçemi zorlamıyorum” diyen kullanıcılar tarafından tercih ediliyor. Santa Barbara Polo & Racquet Club serileri kalite ve konforu, abartısız sportif şıklıkla birleştiren müşterilerden olumlu dönüşler alıyor. Valentino Orlandi ise “lüks, zarafet ve özgün tasarım” arayışındaki tüketicilere hitap ediyor. Bu çeşitlilik Essa Grup’un Herkes için Moda vizyonunun somut bir yansımasıdır.

Your brands cater to different tastes and needs in terms of design language, functionality, and affordability. How is this variety received by consumers?

Each brand in our portfolio addresses distinct expectations and lifestyles. Daniel Klein is preferred by users who say they closely follow fashion but do not want to stretch their budget. Santa Barbara Polo & Racquet Club receives positive feedback from customers who value quality and comfort combined with understated sporty elegance. Valentino Orlandi appeals to consumers seeking luxury, elegance, and unique design. This variety is a tangible reflection of Essa Group’s Fashion for Everyone vision.



Gözlük serilerinizde kaliteye, özel bir vurgu yapıyorsunuz. Malzeme seçiminden üretim süreçlerine kadar hangi kriterleri gözetiyorsunuz?

Gözlük koleksiyonlarımızda yalnızca estetik değil, uzun süreli kullanım konforu da öncelikli kriterimizdir. Hafiflik, ergonomik yapı ve cilt dostu malzemeler titizlikle seçilir. Kaliteyi, sadece şık bir görünüm değil, gün boyu rahat hissettiren kusursuz bir kullanıcı deneyimi olarak tanımlıyoruz. Bu anlayış, ürünlerimizin uluslararası pazarlarda da güvenle tercih edilmesini sağlıyor; çünkü bizim için kalite sadece şık görünmek değil, gün boyu rahat hissettiren doğru ürünü sunabilmektir.

You place special emphasis on quality in your eyewear series. What criteria do you consider from material selection to production processes?

In our eyewear collections, long-lasting comfort is as important as aesthetics. Lightweight construction, ergonomic design, and skin-friendly materials are carefully selected. We define quality not just as stylish appearance but as a flawless user experience that feels comfortable throughout the day. This approach ensures that our products are confidently chosen in international markets, because for us, quality is not only about looking good but about providing the right product that feels comfortable all day.



Optik kanalında işbirliği yaptığınız mağaza ve optisyenlerle ilişkilerinizi nasıl yönetiyorsunuz? Onlara sunduğunuz destekler nelerdir?

Ürünlerimizi müşterilerimizle buluştururken, her zaman kalite ve güvenin arkasında durarak garanti güvencesi sunuyoruz. Aynı zamanda tedarikçilerimize ödeme kolaylıkları ve cazip satış fırsatları sağlayarak uzun vadeli, sürdürülebilir iş birlikleri kurmaya özen gösteriyoruz. Kuruluş sürecimizde benzer zorlukları bizzat yaşamış bir firma olarak, bugün tedarikçilerimizin karşılaştığı ihtiyaç ve beklentileri çok iyi anlıyor; bu nedenle her adımda onların yanında yer almayı ilkesel bir duruş olarak benimsiyoruz. Çünkü biz, birlikte büyümenin gerçek başarısının anahtarı olduğuna inanıyoruz.

How do you manage your relations with the stores and opticians you collaborate with in the optical channel? What kind of support do you provide them?

When bringing our products to customers, we always stand behind quality and trust by offering warranty assurance. At the same time, we provide our suppliers with payment flexibility and offer great deals to them, aiming to establish long-term and sustainable collaborations. Having faced similar challenges during our own establishment, we understand the needs and expectations of our suppliers very well. Therefore, we consider supporting them at every step as a fundamental principle. We believe that growing together is the key to true success.

Essa Group olarak yakın dönem dair hedefleriniz neler? Yeni yatırımlar, işbirlikleri ya da ürün grubu genişletme planlarınız var mı?

Essa Group olarak her geçen yıl yatırımlarımızı artırarak büyümeye devam ediyoruz. Tüm faaliyetlerimizde pazar dinamiklerini ve müşteri taleplerini dikkate alarak, üretim süreçlerimizi nihai tüketici odaklı bir anlayışla şekillendiriyoruz. Stratejik yatırımlarımızla öncelikle ülkemizin kalkınmasına katkı sağlamayı, ardından markamızın global ölçekte bilinirliğini artırmayı hedeflemekteyiz. Bu doğrultuda, insan kaynağımızı da güçlendirerek, yetkin ve kalifiye çalışan sayımızı artırmaya büyük önem veriyoruz. Hedefimiz, markamızın ulaşmadığı hiçbir nokta bırakmadan, tüm paydaşlarımıza en yüksek kalitede hizmet sunmaktır. Bu vizyon doğrultusunda sürdürülebilir büyüme, inovasyon ve müşteri memnuniyetini temel alan bir gelişim programı ile yolumuza kararlılıkla devam ediyoruz.

What are Essa Group's near-term goals? Are there plans for new investments, partnerships, or expanding product ranges?

Essa Group continues to grow each year by increasing its investments. In all our operations, we shape our production processes with a consumer-focused approach, taking into account market dynamics and customer demands. With our strategic investments, our primary goal is to contribute to the development of our country, and subsequently to increase the global recognition of our brand. In this context, we place great importance on strengthening our human resources by increasing the number of competent and qualified employees. Our aim is to provide the highest quality service to all our stakeholders without leaving any market unexplored. Guided by this vision, we continue on our path with a development program based on sustainable growth, innovation, and customer satisfaction.



Silmo İstanbul Optik Fuarı hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Fuarın sektöre katkılarını nasıl değerlendirirsiniz?

Silmo İstanbul Optik Fuarı, optik sektörünün en prestijli etkinliklerinden biridir. Hem yurt içinden hem de yurt dışından birçok sektör paydaşını bir araya getirerek, en güncel yeniliklerin sergilendiği bir buluşma platformu sunar. Bu özelliğiyle, yeni ürünleri tanımak ve müşteri portföyünü genişletmek isteyen firmalar için en doğru adres konumundadır. 85'ten fazla ülkeyi kapsayan yurt dışı müşteri ağıımız ve 1000'i aşkın yurt içi portföyümüz ile güçlü bir yapıya sahibiz. Bu birikimi, optik sektörüne taşımak ve sektöre etkili bir giriş yapmak adına Silmo İstanbul Optik Fuarı bizim için ideal bir sahne olacaktır. Hem markamızı tanıtmak hem de yeni iş bağlantıları kurmak için fuarın sunduğu uluslararası ortam büyük bir fırsat sunuyor.

Değerli röportajınız için teşekkür ederiz. Son olarak dergimiz 4 your eyes ile ilgili yorumlarınız nelerdir?

4 your eyes hem yurt içinde hem de yurt dışında optik sektörü alanında geniş bir paydaş ağına sahip önemli bir oluşumdur. Derginin bu yapısı sektörün farklı noktadaki profesyonellerle doğrudan iletişim kurma imkanı sunarak, markaların ve firmaların tanınırlığını artırmak için eşsiz fırsatlar yaratmaktadır. Bu sebeple 4 your eyes ile işbirliği içerisinde olmak bizim için son derece olumludur ve bu durumdan büyük bir memnuniyet ve heyecan duymaktayız.



What are your views on the Silmo Istanbul Optical Fair? How would you assess its contribution to the industry?

Silmo Istanbul Optical Fair is one of the most prestigious events in the optical sector. By bringing together many industry stakeholders from both domestic and international markets, it serves as a platform where the latest innovations are showcased. In this respect, it is the ideal venue for companies looking to introduce new products and expand their customer portfolios. With our overseas customer network covering more than 85 countries and over 1,000 domestic clients, we have a strong presence. Leveraging this experience in the optical sector, Silmo Istanbul Optical Fair provides an ideal stage for us to make an impactful entry into the market. The fair offers a valuable international environment for promoting our brand and establishing new business connections.

Thank you for your valuable interview. Finally, what are your thoughts on our magazine 4 your eyes?

4 your eyes is an important platform with a wide network of stakeholders in the optical sector, both domestically and internationally. Its structure allows direct communication with professionals across different areas of the industry, creating unique opportunities to enhance brand and company visibility. For this reason, collaborating with 4 your eyes is extremely positive for us, and we are very pleased and excited about this partnership.

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

SALON 5 / C4

DANIELKLEIN | GROUP



TÜRK OPTİK SEKTÖRÜNDE YENİ BİR DÖNEM BAŞLIYOR



A New Era Begins in Turkish Optical Industry

Zeno Grup, üretim ve tasarımda fark yaratacak İstanbul'daki yeni merkezi ile Türkiye optik sektörünün geleceğine güçlü bir yatırım yaparak yerli üretimi global standartlara taşıyor.

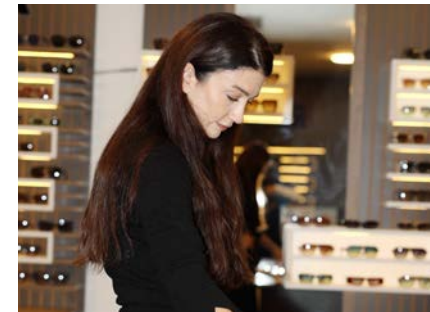
Through its new Istanbul headquarters, which stands out in both production and design, Zeno Grup invests in the future of Turkey's optical industry and brings local manufacturing to global standards.

Türk optik sektörünün öncü markalarından Zeno Grup Optik, büyüme yolculuğunda önemli bir dönüm noktasına imza attı. Marka, İstanbul'daki yeni merkezini açarak hem üretim hem de tasarım alanında fark yaratacak entegre bir yapıyı hayata geçirdi. Modern mimarisi, güçlü altyapısı ve yüksek üretim kapasitesiyle dikkat çeken bu merkez, yalnızca bir çalışma alanı değil; aynı zamanda Zeno'nun yıllardır sürdürdüğü vizyonun somut bir yansımasıdır. Grup, Türk optik sektörünün geleceğine yatırım yaparak, yerli üretimi global standartlara taşıyor. 3.000 m² üretim alanı, 600 m² showroom ve geniş depolama kapasitesiyle Zeno Grup Optik, aylık 60.000 adet çerçeve üretim kapasitesine ulaşıyor.

One of the leading brands in Turkey's optical industry, Zeno Grup Optik has achieved a major milestone in its growth journey. By opening its new headquarters in Istanbul, the company has established an integrated structure that will make a difference in both production and design. With its modern architecture, strong infrastructure, and high production capacity, this new center is not only a workplace but also a tangible reflection of Zeno's long-standing vision. By investing in the future of Turkey's optical industry, the group continues to elevate local manufacturing to global standards. With 3,000 m² of production space, a 600 m² showroom, and extensive storage capacity, Zeno Grup Optik has reached a monthly production capacity of 60,000 frames.

Marka bugün 25 ülkeye uzanan ihracat ağı ve 6.000'i aşkın satış noktasıyla Türkiye'den doğup dünyaya açılan güçlü bir örnek oluşturuyor. Yeni merkez, yalnızca işlevselliğiyle değil, içinde barındırdığı yaratıcı alanlarla da öne çıkıyor. Tasarım stüdyoları, modern ofis katları, yüksek teknolojiyle donatılmış imalathaneler ve iş ortaklarına özel showroom alanı, markanın tüm birimlerini tek çatı altında topluyor.

Today, the brand stands as a strong example of a company born in Turkey and expanding worldwide, with an export network spanning 25 countries and more than 6,000 points of sale. The new headquarters stands out not only for its functionality but also for the creative spaces it houses. Design studios, modern office floors, high-tech workshops, and a dedicated showroom for business partners bring all departments of the brand together under one roof.



Görkemli Açılış & Unutulmaz Bir Defile

Zeno Grup Optik, yeni merkezinin açılışını sektörün en özel davetlerinden biriyle kutladı. Ünlü modellerin podyumda taşıdığı koleksiyon, markanın yenilikçi vizyonunu ve tasarım gücünü gözler önüne serdi. Moda, tasarım ve teknoloji bir araya gelirken, konuklar da bu büyüleyici atmosferin bir parçası oldu. Etkinlikte iş dünyasından, moda ve medya sektöründen birçok tanınmış isim bir araya geldi. Podyumun yıldızlarıyla gerçekleşen defile, Zeno Grup Optik'in hem sektörel gücünü hem de markalaşma vizyonunu vurgulayan unutulmaz bir geceye dönüştü. Zeno Grup Optik Medya Direktörü Selin Kılıç, "Bu merkez bizim için sadece bir bina değil; yılların emeğini, vizyonumuzu ve sektöre olan inancımızı temsil eden bir yatırımdır. Amacımız, Türk tasarımının ve Türk üretiminin gücünü dünyaya göstererek sektörde kalıcı bir iz bırakmaktır" dedi. Zeno Grup Optik, Morlin Bron ve Reacher markaları aracılığıyla; sofistike tasarım, kalite ve üretim gücünü buluşturarak Türkiye'nin optik sektöründeki liderliğini pekiştiriyor. Yeni merkez, bu gücün geleceğe taşındığı bir dönüm noktası olarak konumlanıyor.

Grand Opening & Fashion Show

Zeno Grup Optik celebrated the opening of its new headquarters with one of the most exclusive events in the industry. The collection showcased by renowned models on the runway highlighted the brand's innovative vision and design strength. As fashion, design, and technology came together, guests became part of a truly captivating atmosphere. The event brought together distinguished figures from the business world, fashion, and media. The runway show turned into an unforgettable evening that emphasized both Zeno Grup Optik's sectoral power and its strong branding vision. Zeno Grup Optik's Media Director, Selin Kılıç stated, "This center is not just a building for us; it is an investment that represents years of effort, our vision, and our faith in the industry. Our goal is to showcase the power of Turkish design and production to the world and leave a lasting mark in the sector." Through its brands Morlin Bron and Reacher, Zeno Grup Optik continues to strengthen Turkey's leadership in the optical sector by combining elegant design, quality, and production excellence. The new headquarters stands as a milestone that carries this strength into the future.



MİLLİ TAKIMIN GÖZLÜĞÜ REACHER

REACHER FOR THE NATIONAL TEAM

Gözlerde Reacher, Kalplerde Türkiye

Bu işbirliğiyle Reacher yalnızca bir sponsor değil; hem millî ruhun parçası hem de takım olmanın verdiği güç ve başarıma arzusunun yansıması haline geliyor.

Türkiye Futbol Federasyonu ile yapılan sponsorluk anlaşmasıyla Reacher, Türkiye Millî Futbol Takımlarının resmi gözlük sponsoru olarak sahadaki yerini aldı. Bu işbirliği, yalnızca bir sponsorluk değil; Türk sporunun dinamizmini, kararlılığını ve takım ruhunu, Reacher'ın güçlü ve kararlı duruşuyla birleştiren stratejik bir birliktelik anlamı taşıyor. Zeno Grup Optik'in yenilikçi vizyonundan doğan Reacher, modern çizgisiyle dikkat çeken bir marka olarak, temelinde

hareket halindeki hayatlara eşlik eden dayanıklılık, netlik ve özgüvene yer verir. Bu yüzden Reacher, futbocuların sahadaki kararlılığını günlük yaşamın enerjisiyle aynı potada buluşturuyor. Zeno Grup Optik'in Türk optik sektöründeki tecrübesiyle desteklenen Reacher, yıllardır sporun dinamizmiyle modern yaşam stilini bir arada yorumluyor. Millî Takımlar ile kurulan bu güçlü bağ, markanın "her koşulda net bakış" felsefesini bir kez daha sahaya taşıyor.

Reacher in the Eyes, Turkey in the Hearts

With this collaboration, Reacher becomes more than a sponsor as it embodies the national spirit and reflects the strength and drive that come from being a team.

Through its sponsorship agreement with the Turkish Football Federation, Reacher has officially become the Official Eyewear Sponsor of the Turkish National Football Teams. This collaboration represents more than just a sponsorship. It is a strategic alliance that brings together the dynamism, determination, and team spirit of Turkish sports with Reacher's strong and confident identity. Born from Zeno Grup Optik's innovative vision, Reacher stands out with its modern design language and its core values of durability, clarity, and confidence created to accompany lives in motion. It bridges the determination of football players on the field with the energy of everyday life. Backed by Zeno Grup Optik's extensive experience in the Turkish optical industry, Reacher has long embodied the synergy between sports dynamism and modern lifestyle. This powerful partnership with the National Teams once again brings the brand's philosophy of "clear vision in every condition" to the field.



A Brand Empowered by the Game

With this collaboration, Reacher becomes more than a sponsor. It becomes a part of the national spirit, a reflection of teamwork, strength, and the shared drive to achieve together. Beyond contributing to the growth of sports culture in Turkey, this step serves as an inspiring example for new-generation athletes and individuals who embrace an active lifestyle. On the football field, in the stands, or in the rhythm of city life... Reacher captures the energy, determination, and style of Turkey in a single glance.

A Reacher Touch in Riva

During a special shoot held in Riva, Turkish national football players posed wearing Reacher designs, creating images that bring the brand's spirit directly onto the field. Combining a sporty stance with timeless style, Reacher creates a strong yet understated expression through its clean lines. The discipline and determination seen on the pitch come together here with an urban energy, reflecting Reacher's unique perspective: seeing sport not only as performance but as a way of life.

Gücünü Sahadan Alan Marka

Bu iş birliğiyle Reacher yalnızca bir sponsor değil; millî ruhun bir parçası, takım olmanın verdiği güç ve birlikte başarıma arzusunun da bir yansıması haline geliyor. Markanın bu adımı, Türkiye'de spor kültürünün gelişimine katkı sağlarken, yeni nesil sporcular ve aktif yaşamı benimseyen bireyler için de ilham verici bir örnek oluşturuyor. Futbol sahasında, tribünlerde ya da şehir hayatının içinde... Reacher, Türkiye'nin enerjisini, kararlılığını ve stilini aynı bakışta buluşturuyor.

Riva'da Reacher Dokunuşu

Riva'da gerçekleştirilen özel çekimlerde, millî futbolcuların Reacher tasarımlarıyla verdiği kareler, markanın karakterini sahaya taşıyor. Sportif duruşu zamansız bir stil anlayışıyla birleştiren Reacher, sade çizgilerle güçlü bir ifade yaratıyor. Sahadaki disiplin ve kararlılık, bu karelerde şehirli bir enerjiyle buluşuyor. Reacher bu yönüyle, sporu yalnızca bir performans alanı değil, bir tarz biçimi olarak da yorumluyor.



Göz Kuruluğu Şikayeti Çocukluk Yaşına İndi Dry Eye Complaints Are Now Seen in Children

Türk Oftalmoloji Derneği Genel Başkanı Prof. Dr. Huban Atilla, ekran izleme süresinin uzamasının çocuklarda göz kuruluğu ve şaşılık gelişme risklerini artırdığını belirtiyor.

Professor Huban Atilla, President of the Turkish Ophthalmological Association, warns that prolonged screen time increases the risk of dry eye and strabismus in children.

Günümüzde erişkin döneme ait bir sorun olarak kabul edilen göz kuruluğu, artık çocukluk çağında da sıkça karşımıza çıkıyor. Akıllı telefonların, tabletlerin ve bilgisayarların yaşamın merkezine yerleşmesiyle birlikte ekran kullanma yaşı giderek düşüyor. Prof. Dr. Huban Atilla, “Okul çağındaki çocuklar ödev hazırlamak, ders takibi yapmak veya oyun oynamak için bilgisayar ve tabletleri yoğun şekilde kullanıyorlar. Maalesef ekran başında geçirilen süre uzadıkça, göz yüzeyine binen yük artıyor” diyerek bu konudaki endişesini dile getiriyor.

Göz Kuruluğunun Toplumdaki Görülme Sıklığı Artıyor

Kuru göz hastalığının toplum genelinde görülme sıklığı her geçen yıl artıyor. Bunun en önemli nedenlerinden biri, özellikle akşam saatlerinde karanlık ortamda kullanılan tablet ve telefonlar. Bu cihazların ışıklı yüzeylerine uzun süre bakmak yalnızca göz kuruluğuna değil, aynı zamanda miyop gibi kırma kusurlarının artmasına da zemin hazırlıyor. Uzun süreli yakın mesafe çalışmaları, düzeltilmemiş görme kusurlarını belirginleştirerek şaşılık gelişimini tetikleyebiliyor. Özellikle pandemi döneminde artan çevrim içi eğitim ve oyun süreleri, çocuklarda şaşılık sıklığının artmasına neden oldu.

Göz Kırpmasının Önemi ve Alınabilecek Önlemler

Ekran başında geçirilen süre boyunca göz kırpması refleksi belirgin şekilde azalıyor. Normalde dakikada yaklaşık 15–20 kez kırptığımız gözlerimiz, dijital cihaz kullanırken bu sayıyı yarıya indiriyor. Bu durum gözyaşının göz yüzeyine eşit dağılmasını engelliyor ve batma, yanma, sulanma, bulanık görme gibi göz kuruluğu belirtilerinin ortaya çıkmasına neden oluyor. Çocuklarda görülen bu şikayetler genellikle göz kırpması, kısma, tik benzeri hareketler veya “gözüm yanıyor” gibi ifadelerle kendini gösterebilir. Ebeveynlerin bu belirtilere karşı dikkatli olmaları, erken dönemde bir göz hastalıkları uzmanına başvurmaları önemlidir.

Once considered an adult condition, dry eye disease is now increasingly common among children. As smartphones, tablets, and computers have become central to daily life, the age of first screen exposure has dropped dramatically. Prof. Dr. Huban Atilla explains, “School-age children spend long hours using computers and tablets to do homework, attend classes, or play games. Unfortunately, the longer the screen time, the greater the strain on the eye surface,” expressing her concern about this growing issue.

The Rising Prevalence of Dry Eye Disease

The incidence of dry eye disease in the general population is increasing every year. One of the main reasons is the frequent use of tablets and smartphones, especially in dark environments during evening hours. Prolonged exposure to illuminated screens not only leads to dryness but also contributes to the rise of refractive errors such as myopia. Extended near work can exacerbate uncorrected vision problems and trigger the development of strabismus. During the pandemic, the increase in online education and gaming hours significantly raised the prevalence of strabismus among children.

Importance of Blinking and Preventive Measures

When using digital screens, the blinking reflex decreases significantly. Normally, we blink about 15–20 times per minute, but during screen use, this number is reduced by half. As a result, tears cannot spread evenly across the eye surface, leading to symptoms such as stinging, burning, watering, and blurred vision. In children, these complaints may appear as frequent blinking, squinting, tic-like movements, or verbal expressions such as “my eyes are burning.” Parents should pay close attention to these signs and seek early evaluation from an ophthalmologist.

Prof. Dr. Huban Atilla, çocuklarda dijital ekran kaynaklı göz problemlerinin önlenmesi için bazı basit ama etkili önerilerde bulunuyor:

- Toplam ekran süresi sınırlandırılmalı,
- Her 20 dakikada bir ekrandan uzaklaşılarak 20 saniye süreyle 6 metreden uzağa bakılmalı,
- Cihazlar gözden en az 40 cm uzaklıkta kullanılmalı,
- Oda aydınlatması yeterli olmalı ve karanlık ortamda ekran kullanılmamalıdır.

Sonuç olarak, göz kuruluğu artık yalnızca erişkinlerin değil, çocukların da yaşam kalitesini etkileyen önemli bir sağlık sorunu haline gelmiştir. Dijital ekranlarla geçirilen sürenin giderek artması, göz sağlığını koruma bilincini her yaş grubunda daha da gerekli kılmaktadır. Ebeveynlerin çocuklarının ekran kullanımını kontrol altına alması ve düzenli göz kontrollerinin yapılması, gelecekte oluşabilecek görme problemlerinin önüne geçilmesinde kritik rol oynamaktadır.

Prof. Dr. Huban Atilla recommends a few simple yet effective measures to prevent digital screen-related eye problems in children:

- Total screen time should be limited.
- Every 20 minutes, the child should look away from the screen and focus on a distant object (about 6 meters away) for 20 seconds.
- Devices should be kept at least 40 centimeters from the eyes.
- The room should be well-lit, and screens should never be used in the dark.

In conclusion, dry eye disease has become a significant health concern affecting not only adults but also children, impacting their overall quality of life. As digital screen use continues to increase, awareness of eye health protection is becoming essential across all age groups. Monitoring children’s screen habits and ensuring regular eye examinations play a crucial role in preventing potential vision problems in the future.



Göz Çevresi Yaşlanmadan Nasıl Korunur?

How to Prevent Eye-Area Aging?

Yüzümüzde yaşlanmanın en erken sinyallerini veren bölge çoğu zaman göz çevresidir. Bunun temel nedeni, bu bölgedeki cildin oldukça ince ve hassas olmasıdır.

Mimiklerle en çok hareket eden, gün boyunca ışığa ve çevresel etkilere en fazla maruz kalan bölgelerden biri olması da süreci hızlandırır. Zamanla ciltteki kolajen ve elastin üretimi azalır. Bu azalma, göz çevresinde elastikiyet kaybına ve ince kırışıklıkların oluşmasına yol açar. Aynı zamanda cilt altı yağ dokusunun yer değiştirmesi ya da hacim kaybetmesiyle birlikte göz altlarında çökme ve torbalanma görülebilir. Genetik yatkınlık, uyku düzeni, stres seviyesi, alkol ve tuz tüketimi gibi pek çok faktör de bu süreci etkiler. Göz çevresi hassas bir bölge olduğundan, korunması da özel bir dikkat ister. Güneş ışığına doğrudan maruz kalmak, cilt yaşlanmasını hızlandırır. Bu nedenle sadece yaz aylarında değil, yıl boyunca UVA/UVB korumalı güneş kremleri kullanmak önemlidir. Uyku düzenine dikkat etmek, yeterli su tüketmek, göz çevresi için uygun nemlendirici ve antioksidan içerikli ürünleri düzenli kullanmak da destekleyici alışkanlıklar arasında yer alır. Soğuk kompres uygulamaları, tuz tüketiminin azaltılması ve dijital ekran karşısında geçirilen sürenin sınırlanması da göz çevresi sağlığına katkı sağlayabilir. Gerekli durumlarda ise uzman değerlendirmesiyle medikal ya da cerrahi yöntemler gündeme gelebilir. Bu süreçlerde önemli olan, bireyin ifadesine saygı duyan ve yüz bütünlüğünü koruyan yaklaşımların tercih edilmesidir.

The eye contour is often the first area to show signs of aging, mainly because the skin around the eyes is extremely thin and delicate.

The eye contour is one of the most active areas of the face, constantly moving with facial expressions and exposed to light and environmental factors throughout the day, conditions that accelerate the aging process. Over time, collagen and elastin production in the skin decreases, leading to a loss of elasticity and the appearance of fine lines around the eyes. Meanwhile, displacement or reduction of the subcutaneous fat layer can cause hollowness or puffiness under the eyes. Genetic predisposition, sleep patterns, stress levels, and alcohol or salt consumption are also influential factors. Because the skin around the eyes is delicate, it requires special care. Direct exposure to sunlight accelerates skin aging, so using sunscreens with UVA/UVB protection year-round, not only in summer, is essential. Maintaining a regular sleep schedule, staying well-hydrated, and using moisturizers and antioxidant-rich products suitable for the eye area are beneficial habits. Applying cold compresses, reducing salt intake, and limiting screen time can also help maintain eye-area health. When necessary, medical or surgical procedures may be considered under professional supervision. In all such treatments, the priority should be preserving natural expression and overall facial harmony.

VISIONIX
INNOVATION TO UNLOCK YOUR POTENTIAL

briot





Kan Şekerinizdeki Oynamalara Dikkat!

Kan şekerinde yaşanan ani yükseliş ve düşüşler, gözün görmeyi sağlayan sinir tabakası retinadaki damarları etkiliyor. Bu risk şüphesiz özellikle diyabetlilerin görüşüne zarar veriyor.

Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Adnan İpçioğlu, özellikle 10 yıldan fazla diyabet hastası olan kişilerde diyabetik retinopati görülme sıklığının arttığını belirterek, “Diyabeti olan bütün hastalar için bu göz hastalığı riski bulunuyor. Diyabeti olan herkesin en azından yılda bir kere göz muayenesi yaptırmasında fayda var. Bir kimse ne kadar uzun süredir diyabet hastası ise bu kişide diyabetik retinopati gelişme riski o kadar fazlalaşıyor” dedi. Diyabetik retinopati hastalığında erken teşhisin önemine işaret eden Adnan İpçioğlu, diyabet teşhisinin hemen ardından hastanın göz muayenesi olması ve bir yıllık aralarla diyabet kontrollerinin bir parçası olarak rutin göz muayenelerine devam etmeleri gerektiğini söyledi. Op. Dr. İpçioğlu, “Retinopati bulgularının erken dönemde tespit edilmesi, tedavi başarısının anahtarıdır. Bilhassa göz dibi muayenesi, retinada meydana gelen değişikliklerin erken safhada tespit edilmesini sağlar ve hastaya başarılı şekilde tedavi olma şansı sunar. Diyabet tanısı sonrası 1 yıllık aralıklarla 5 yılı geçen diyabet hastalarının 6 ayda bir, göz dibi problemi tespit edilen diyabetlilerin 3 ayda bir göz muayenesi olması gerekmektedir. Muayene sıklığı göz doktoru tarafından gerektiği şekilde belirlenir” dedi.

Mind Your Blood Sugar Levels!

Sudden fluctuations in blood sugar levels affect the retinal vessels that enable vision, posing a serious risk exclusively to the eyesight of people with diabetes.

Ophthalmologist Dr. Adnan İpçioğlu stated that the incidence of diabetic retinopathy increases, especially in people who have had diabetes for more than ten years. “All diabetic patients are at risk of developing this eye disease,” he said. “It is highly recommended that every person with diabetes have an eye examination at least once a year. The longer a person has diabetes, the greater the risk of developing diabetic retinopathy.” Highlighting the importance of early diagnosis, Dr. İpçioğlu emphasized that patients should have an eye examination immediately after being diagnosed with diabetes and continue routine annual checkups as part of their diabetes management. “Detecting retinopathy findings at an early stage is the key to successful treatment,” he added. “In particular, fundus examination allows early detection of retinal changes and offers patients the chance for effective treatment. After the first five years of diagnosis, diabetic patients should have an eye exam every six months, while those with existing retinal findings should be examined every three months. The frequency of examinations is determined as needed by the ophthalmologist.”



QUANTUM
EYEWEAR

Philipp Plein Işıltısı

Philipp Plein'in korkusuz stil anlayışını yansıtan bu güneş gözlüğü avangart tasarımı, lüks işçilikle eşsiz bir şekilde birleştiriyor. Cesur kristal detaylarla süslenen model, ışıltı özgüven yayıyor.

A Pure Glam by Plein

Reflecting Philipp Plein's fearless sense of style, these sunglasses uniquely combine avant-garde design with craftsmanship. Adorned with bold crystal details, it radiates sparkling confidence.



Celine ve Kristalleri...

Ünlü moda evi Celine yuvarlak formdaki bu şık güneş gözlüğü tasarımıyla gözlük tutkunlarına zarafet vadediyor. Tasarımın çerçevesine işlenen minik kristaller tam ustalık bir ürünü.

Crystals of Celine

Famous fashion house Celine promises elegance to eyewear lovers with this stylish round shaped sunglasses design. The crystals embellished on the frame make the design a masterpiece.



Burberry'den Diktörtgen Şıklık

Burberry asetat ve nylon kullanarak klasik diktörtgen formu yorumladığı bu güneş gözlüğü tasarımı, kaş çizgisindeki ve şakaklardaki altın tonlu metal detayla benzersiz hale getirmiş.

Rectangular Elegance by Burberry

Burberry has interpreted the classic rectangular shape using acetate and nylon and made this sunglasses design unique with gold-tone metal details on the eyebrow line and temples.



Christopher Esber'den Milla

Avustralya merkezli tasarım markası Christopher Esber, ince ve zarif hatlara sahip paslanmaz çelik çerçeveli güneş gözlüğü Milla'nın camları için harikulade bir kehribar tonu seçmiş.

Milla by Christopher Esber

Australia-based designer brand Christopher Esber has chosen a beautiful shade of amber for the lenses of Milla, a pair of stainless steel framed sunglasses with slim and elegant lines.

Cazal'dan Sıra Dışı Renk

Gözlüklerde lüksü her tasarımıyla yeniden tanımlamayı başaran Cazal, geometrik formlu Mod 301 güneş gözlüğü ile mirasını yansıtıyor. Markanın 002 Çilek&Altın renkli deseni göz kamaştırıcı.

Unique Hues by Cazal

Redefining luxury in eyewear with every design, Cazal reflects its heritage with the geometric shaped Mod 301 sunglasses. The brand's 002 Strawberry & Gold color pattern is dazzling.



Akoni'den Ulysses Sun

İsviçre mühendislik inceliklerini eşsiz silüetlerle buluşturan Akoni, Ulysses Sun isimli aviator formdaki bu titanyum güneş gözlüğü ile gözlük tutkunlarına sofistike bir alternatif vadediyor.

Ulysses Sun by Akoni

Akoni, which combines Swiss engineering subtleties with unique silhouettes, promises a sophisticated alternative for eyewear lovers with these aviator-shaped titanium sunglasses, Ulysses Sun.



P. Lissiman'dan Minimalist Lüks

Tasarım markası Poppy Lissiman minimal altıgen formdaki altın metal çerçeveye sahip güneş gözlüğünü kahverengi gradyan camlarla birleştirmiş. Ön yüzdeki taş detayları çok şık.

Minimalist Luxury by P. Lissiman

Poppy Lissiman has combined minimal hexagonal shaped sunglasses with gold metal frames and brown gradient lenses. The stone details on the front make the design really chic.



Versace Zamansızlığı

Dünyaca ünlü moda evi Versace bir kez daha lüksü çağdaş tasarımla buluşturuyor. Zamansız şıklığı vadeden bu güneş gözlüğü, saplardaki detaylar ve ikonik Medusa ile büyülüyor.

Timelessness by Versace

Versace once again combines luxury with contemporary design. Promising timeless elegance, these sunglasses are mesmerizing with details and the iconic Medusa on the temples.



Francis de Lara Sınır Tanımıyor

Optik dünyasına mücevher-gözlük kavramını ilk kez duyuran marka Francis de Lara, zümrüt, safir, elmas ve 18 K altın kullanarak tamamen el işçiliği ile ürettiği Eve ile yine sınırları aşıyor.

Francis de Lara Knows No Borders

The first fine jewellery-eyewear fashion house Francis de Lara is again crossing borders with Eve, which is completely handcrafted using emeralds, sapphires, diamonds and 18K gold.



VB'den Çabasız Zarafet

Sofistike ve oversize çizgileriyle öne çıkan Victoria Beckham Eyewear, çabasız zarafeti garantileyen bu güneş gözlüğüyle moda tutkunlarının gardi-roplarına harika bir seçenek sunuyor.

Effortless Elegance by VB

Standing out with its sophisticated and oversized lines, Victoria Beckham Eyewear offers a great option for fashionistas' wardrobes with these sunglasses that guarantee effortless elegance.

Valentino'dan Garavani

Dünyaca ünlü moda evi Valentino gözlük koleksiyonlarıyla büyülemeye devam ediyor. Valentino, Garavani isimli şık güneş gözlüğünde kedi gözü formunu kalın çizgilerle yorumlamış.

Garavani by Valentino

The world-famous fashion house Valentino continues to fascinate with its eyewear collections. Valentino has interpreted the cat eye form with thick lines in its chic sunglasses, Garavani.



Loewe'den Bir Mücevher

Ünlü moda evi Loewe, detaylarıyla göz kamaştıran bu eşsiz güneş gözlüğü modeliyle tasarımda yeni bir boyut açıyor. Mermer etkili çerçevenin ön cephesindeki ince işçilik muhteşem.

A Jewel from Loewe

Loewe Eyewear opens a new dimension in design with this unique sunglasses model that dazzles with its details. The fine craftsmanship on the front of the marble-effect frame is great.



Acetate Kemik gözlükler

glasses-

Chopard

• DE RIGO / VCH381S •



BVLGARI

• DOĞAN OPTİK / BV50063I •

Silhouette

• SER OPTİK / 2980 3060 •



LINDBERG

• CEMFA GÖZLÜK / 1176 •



Off-White™

• TURKUVAZ OPTİK / OERJ021 •

**ISABEL
MARANT**

• SAFILO GROUP / IM 0226 •



GENTLE MONSTER

• ATÖLYE GÖZLÜK / CORORI •





MYKITA

• MYKITA TÜRKİYE / RUE •



Palm Angels

• TURKUVAZ OPTİK / PERJ012 •

roberto cavalli

• DE RIGO / VRC120 •



FENDI

• DOĞAN OPTİK / FE50130I •



MaxMara

• MERVE OPTİK / MM5093 •



DSQUARED2

• SAFILO GROUP / D2 0186 •

lafont.

• BDT OPTİK / SALTO •



FERRAGAMO

• MARCHON / SF3044 •





MOSCHINO

• SAFILO GROUP / MOS649 •



MILA · Z B

LOVE IN ITALY

• TURKUAZ OPTİK / MZ284V •

MASUNAGA

• CEMFA GÖZLÜK / VEGA •



MARKUS T

• BDT OPTİK / P1055 •



LACOSTE 

• MARCHON / L4003 •



POLICE

• DE RIGO / VPLG72M •

VASUMA

• PB GÖZLÜK / BARRED •



MOSCOT

• ATÖLYE GÖZLÜK / SHTUP •





MAX&Co.

• MERVE OPTİK / MO5170 •



GIVENCHY

• DOĞAN OPTİK / GV50094I •

Calvin Klein

• MARCHON / CK25548 •



HUGO
EYEWEAR

• SAFILO GROUP / HG 1294 •



ICEBERG

• TURKUAZ OPTİK / IC329V •



LINDA FARROW

• ATÖLYE GÖZLÜK / COVE •



• DELTA OPTİK / 743042 •



Woodys

• OPTIC844 / PIAGET •





LOEWE

• DOĞAN OPTİK / LW50109F •



Marc O'Pol
EYEWEAR

• DELTA OPTİK / 503230 •

DAVIDOFF
EYEWEAR

• OPTİST GÖZLÜK / DAP 103 •



VYCOZ

• ARMATİ GÖZLÜK / 148 •



MOREL
LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

• CEMFA GÖZLÜK / SUPERNOVA •



MINIMA

• BDT OPTİK / HYBRİD 7 •



VAVA

• PB GÖZLÜK / BL0015 •



ZEUS+ΔİONE

HELLAS

• OPTIC844 / CYBELE •





• ADEMUR OPTİK / NAPLES WAVE •



Ossé

• MERVE OPTİK / OS13276 •



• PB GÖZLÜK / FIAMMA •



• KAYATUR OPTİK / USO 0508 •



Freesbee

• PRM GROUP / VENICE •



EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / LC2620 •

MOOSHU

• GÜLCE OPTİK / FEZA •



DANIEL KLEIN®
IT'S YOUR TIME

• ESSA DANIEL KLEIN GROUP / DKO1011 •





Norlin Bron
EYEWEAR

• ZENO GRUP OPTİK / MBZ1001 •



MUSTANG

• MERVE OPTİK / MU7566 •

QUANTUM
EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / Q895 •



elegance

• KAYATUR OPTİK / EOX 6131 •



• ERMAK / AL2268 •



REACHER
EYEWEAR

• ZENO GRUP OPTİK / RHO DSF3703 •

UNITED COLORS
OF BENETTON.

• SARPA OPTİK / BEKO2041 •



Philippe Müller
swiss

• EFOR OPTİK / 2442 •





Slazenger

• ARIKAN GROUP / 9348 •



studioline
eyewear

• KAYATUR OPTİK / ST 1835 •



• ESSA DANIEL KLEIN GROUP / SBO 2 2092 •



Lytra
eyewear

• ZENO GRUP OPTİK / LKO 88011 •



Safirex
nature

• SAFİRA GÖZLÜK / 1478 •



POLOCAYENNE
EYEWEAR

• ERMAK / PC025008 •



EpifizEyeWear

• ÖZELLER / H007 •



HEMME
PARIS

• SARPA OPTİK / 96625 •



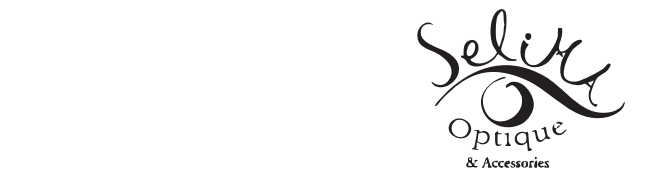
HEAVEN MAYHEM

Başarılı ve güzel oyuncu Jennifer Lawrence, iki yıl aradan sonra bu yıl itibarıyla Die My Love isimli gerilim/komedi türündeki filmle beyaz perdeye dönüşü büyük ses getirdi. Eleştirmenlerden ve hayranlarından tam not alan Jennifer, yine paparazzilerin radarına girmiş. Oversize rahatlığını sportif şıklığa dönüştüren Jennifer'in güneş gözlüğü Heaven Mayhem'den.

Successful and beautiful actress Jennifer Lawrence returned to the big screen this year after a two-year hiatus with the thriller/comedy Die My Love. Jennifer Lawrence, who received full marks from critics and her fans, is again on the radar of the paparazzi. Transforming oversized comfort into sporty chicness, Jennifer's sunglasses are from Heaven Mayhem.



JENNIFER LAWRENCE



Hem sayısız gişe rokertmeni film hem de bağımsız filmlerdeki rolleriyle sinema kariyerini ödülleriyle taçlandıran Amerikalı aktör, yönetmen, yapımcı ve senarist George Clooney karizmasıyla da sinemaseverleri büyülemeye devam ediyor. En son Julia Roberts ile Cennete Bilet'de izlediğimiz Clooney, tarzıyla da bir efsane. Bu kez güneş gözlüğü Selima Optique'den.

American actor, director, producer and screenwriter George Clooney, who has crowned his film career with awards for his roles in countless blockbusters and independent films, continues to fascinate his fans. George Clooney, whom we last saw in Ticket to Heaven with Julia Roberts, is also a legend with his style. This time his sunglasses are from Selima Optique.

GEORGE CLOONEY



BRUNELLO CUCINELLI

Dünyaca ünlü İngiliz aktör Jude Law katıldığı bir etkinlikte mavi ceketini, açık mavi gömlek ve uyumlu tonlardaki aviator-style Brunello Cucinelli güneş gözlüğüyle kombinlemiş. Jude harika görünüyor.

World-renowned actor Jude Law attended an event wearing a blue jacket paired with a light blue shirt and aviator-style Brunello Cucinelli sunglasses in matching tones. Jude looks amazing.

JUDE LAW



ALAÏA

Özellikle doksanlı yılların en ünlü top modellerinden olan Naomi Campbell, moda dünyasındaki ikonik figürlerden. Naomi beyaz degajeli bluzu ve Alaïa güneş gözlüğüyle yine eşsiz.

Especially one of the most famous top models of the 1990s, Naomi Campbell is an iconic figure in the fashion world. Naomi looks stunning in her white plunging blouse and Alaïa sunglasses.

NAOMI CAMPBELL

BALENCIAGA

Bu kez New York'ta alışveriş yaparken paparazziler tarafından fotoğraflanan Kylie Jenner, cesur ve yüksek modaya uyumlu stilini Balenciaga'dan harika bir güneş gözlüğüyle birleştirmiş.

This time spotted shopping in New York by paparazzi, Kylie Jenner combines her bold, high-fashion style with a stunning pair of Balenciaga sunglasses. Kylie Jenner looks perfect in this outfit.

KYLIE JENNER



DMY BY DMY

Dünyaca ünlü top model Bella Hadid defile sonrası kaldığı otele giriş yaparken paparazziler tarafından görüntülenmiş. Bella Hadid, Dmy By Dmy güneş gözlüğüyle çabası zarafeti simgeliyor.

Bella Hadid was photographed by the paparazzi while entering the hotel where she stayed after the fashion show. Bella Hadid symbolizes effortless elegance with her Dmy By Dmy sunglasses.

BELLA HADID

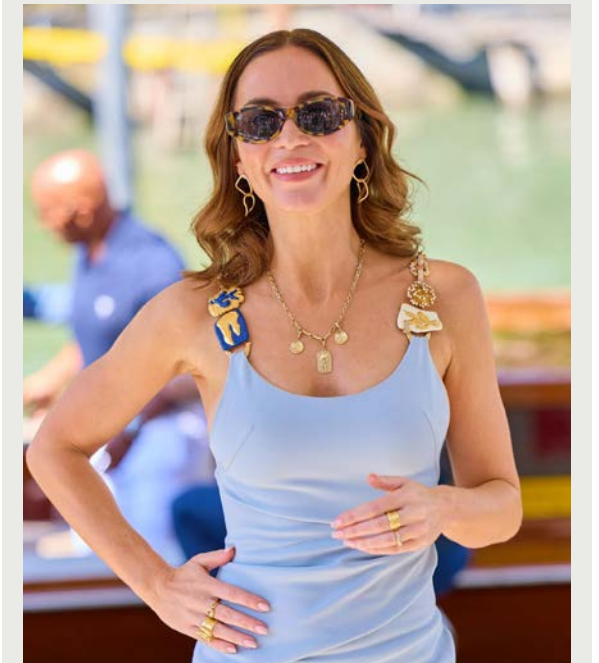


LOUIS VUITTON

Bu yıl Kore Yapımı Squad Game 2 dizisinin son sahnesinde görerek hayranlarına muhteşem bir sürpriz yapan Cate Blanchett, güzelliği ve karizmasını Louis Vuitton güneş gözlüğüyle birleştirmiş.

Cate Blanchett, who made a magnificent surprise to her fans by appearing in the last scene of the Squad Game 2 series this year, combined her beauty and charisma with Louis Vuitton sunglasses.

CATE BLANCHETT



etnia O BARCELONA

Dünyaca ünlü oyuncu Emily Blunt yaklaşan kış sezonuna rağmen Akdeniz ülkelerine kısa kaçamaklar yaparak dinlenmeyi seviyor. Emily'nin güneş gözlüğü tercihi de Etnia Barcelona'dan.

Famous actress Emily Blunt enjoys taking short getaways to Mediterranean destinations to relax, even as the winter season approaches. Her choice of sunglasses is by Etnia Barcelona.

EMILY BLUNT

SAINT LAURENT

Asıl adı Scott Ramon Seguro Mescudi olan Amerikalı rapçi, prodüktör ve moda tasarımcısı Kid Cudi 2008’de başladığı kariyerinde hızlı bir ivme yakalayarak adından sıkça konuşulan ünlüler arasına girmeyi başardı. Grammy Ödüllü Kid Cudi, bu kez karşımıza bir moda etkinliğinde çıkıyor. Kid Cudi son derece şık olan tarzını Saint Laurent güneş gözlüğüyle tamamlamış.

American rapper, producer, and fashion designer Kid Cudi has built an impressive career since his debut in 2008, quickly becoming one of the most talked-about names in music and style. The Grammy-winning artist Kid Cudi recently made an appearance at a fashion event, completing his strikingly elegant and charismatic look with a pair of Saint Laurent sunglasses.

KID CUDI



L . G . R

Hollywood’un yetenekli aktrislerinden Anne Hathaway hem film-leri hem de skandallardan ve abartılı tavırlardan uzak bir ünlü olarak dünya çapındaki tüm hayranları tarafından beğeni kazanmaya devam ediyor. Ödüllü aktris Anne Hathaway, katıldığı her etkinlikte ve sokakta nasıl giyinmesi gerektiğini biliyor. Anne bu kez spor şıklığını L.G.R güneş gözlüğüyle tamamlamış.

Anne Hathaway, one of Hollywood’s talented actresses, continues to be admired by her fans all over the world, both for her movies and as a celebrity who is far from scandals and exaggerated behavior. Award-winning actress Anne knows how to dress for every event she attends and on the street. This time Anne complemented her sporty chic style with L.G.R sunglasses.

ANNE HATHAWAY



DOLCE & GABBANA

Kariyerinin çoğunu İtalya’da geçiren İspanyol aktris, sunucu ve model Rocio Muñoz Morales, Akdeniz kadınının tüm zarafetini bu stilinde taşıyor. Rocio’nun güneş gözlüğü Dolce&Gabbana.

Spanish actress and model Rocio Muñoz Morales, who has spent most of her career in Italy, exudes the elegance of a Mediterranean woman in this look. Rocio’s sunglasses are by Dolce&Gabbana.

ROCIO MUÑOZ MORALES



LOEWE

Kardashian kardeşlerin annesi Amerikalı iş insanı Kris Jenner, kahverengi deriden uzun kollu asimetrik kesim elbisesiyle sofistike bir görünüm içerisinde. Stilini Loewe güneş gözlüğü taçlandırmış.

Kris Jenner, the mother of the Kardashian sisters, exudes sophistication in a long-sleeved, asymmetrically cut brown leather dress. Her look is perfectly crowned with Loewe sunglasses.

KRIS JENNER

LAPIMA

Emma Stone kısa kumral saçları ve askılı siyah elbisesiyle zamansız bir şıklık yakalamış. Güzel ve genç oyuncunun bu görünümünü Lapima’nın Maria isimli güneş gözlüğü tamamlıyor.

With her short light-brown hair and strappy black dress, Emma Stone embodies timeless elegance. The beautiful young actress completes this look with the Maria sunglasses by Lapima.

EMMA STONE



MaxMara

Dünyaca ünlü Oscar ödüllü Hollywood aktrislerinden Laura Dern, omuz dekol- teli beyaz bluzu, abartıdan uzak zarif takıları ve Max Mara’dan seçtiği güneş gözlüğüyle muhteşem görünüyor.

World-renowned Oscar-winning Hollywood actress Laura Dern looks stunning in an off-shoulder white blouse, elegant understated jewelry, and a pair of sunglasses from Max Mara.

LAURA DERN



OLIVER PEOPLES

LOS ANGELES

Örümcek Adam’a hayat veren 41 yaşındaki aktör Andrew Garfield rahat ama yine de sofistike bir giyim tercihiyle fotoğraflanmış. Bu stiline Oliver Peoples güneş gözlüğü çok yakışmış.

Andrew Garfield, who brought Spider-Man to life, was photographed in an outfit that’s cozy yet sophisticated. His Oliver Peoples sunglasses are the perfect match for this effortlessly refined style.

ANDREW GARFIELD

GUCCI

Amerikalı oyuncu Christine Quinn cüretkar ve feminenliği kutlayan giyim tarzıyla dikkatleri çeken ünlü isimlerden. Abartılı lüksten hoşlanan Christine’in güneş gözlüğü seçimi müthiş bir Gucci.

Christine Quinn is one of the celebrities who stands out with her bold, femininity-celebrating sense of style. Fond of extravagant luxury, Christine’s choice of sunglasses is a stunning Gucci.

CHRISTINE QUINN





Erken Doğan Bebeklerin Gözleri Risk Altında! Premature Babies' Eyes Are at Risk!

Prematüre retinopatisi (ROP), erken doğan bebeklerin gözlerinde gelişebilen ve görmeyi tehdit eden önemli sağlık sorunlarından biri. Tedavi edilmezse körlüğe dahi sebep olabiliyor.

Retinopathy of prematurity (ROP) is a serious eye condition that can develop in premature infants and threaten their vision. If left untreated, it may even lead to blindness.

Prematüre retinopatisi erken doğan bebeklerin gözlerinde görülen en önemli sağlık sorunlarından biri olarak tanımlanmaktadır. Bebeklerin gözlerindeki damarlar, doğuncaya kadar gelişir. Erken doğan bebeklerde ise bu gelişme tamamlanamadığı için doğduktan sonra da devam etmektedir. Doğum sonrası teşhis ile tedavi edilip takibi yapılmazsa körlükle dahi sonuçlanabilmektedir. Erken doğan tüm bebekleri tehdit eden göz hastalığı prematüre retinopatisi ilgili Göz Hastalıkları Uzmanı Doç. Dr. Özge Yabaş Kızıloğlu değerli bilgiler paylaşıyor. Doç. Dr. Özge Yabaş Kızıloğlu “Anne karnında yaklaşık 16. gebelik haftasında başlayan retina damarlanması, bebeğin normal doğum zamanı olan 40. haftaya kadar retinanın ortasından en kenar bölümlerine kadar ilerler. Ancak prematüre bebekler için bu doğal süreç beklendiği gibi tamamlanamayabilir” diyerek prematüre retinopatinin oluşumunu ve nedenlerini aktardı.

Retinopathy of prematurity (ROP) is defined as one of the most significant eye health issues observed in premature babies. The blood vessels in a baby's eyes develop gradually until birth, but in premature infants this process remains incomplete and continues after delivery. Without proper diagnosis, treatment, and follow-up, the condition can even result in blindness. Ophthalmologist Assoc. Prof. Özge Yabaş Kızıloğlu shares valuable insights about retinopathy of prematurity, which poses a threat to all preterm infants. “Retinal vascularization begins around the 16th week of gestation and progresses from the center of the retina toward the periphery until the 40th week, the normal time of birth. However, in premature infants, this natural process may not be completed as expected,” she explains, describing how and why ROP develops.

Prematüre retinopatisi nasıl oluşur?

Göz Hastalıkları Uzmanı Doç. Dr. Özge Yabaş Kızıloğlu prematüre retinopatisinin nasıl ortaya çıktığı ile ilgili “Erken doğum durumunda, bebek retina damarlanması süreci tamamlanmadan dünyaya gelir. Bebek ne kadar erken doğmuşsa, o kadar geniş bir retina alanı damarlanmamıştır. Doğum sonrasında, bebeğin genel durumu, prematürelilik derecesi, yoğun bakım şartları ve akciğer gelişimi ile ilgili bazı risk faktörlerinin durumuna göre damarlanma süreci normal yolunda devam edip tamamlanabilir ya da normal damarlanma kesintiye uğrar ve anormal damarlar gelişerek prematüre retinopatinin ortaya çıkar” diyor.

Prematüre retinopatisinin temel nedenleri

- Erken doğum: Gözdeki damarların gelişimi doğumdan önce tamamlanır, ancak prematüre bebekler bu süreci tamamlamadan doğarlar. Özellikle 32 haftadan önce doğan bebekler yüksek risk altındadır.
 - Düşük doğum ağırlığı: Doğum ağırlığı ne kadar düşükse, risk o kadar artar. 1500 gramın altında doğan bebekler daha yüksek risk taşır.
 - Yüksek oksijen tedavisi: Prematüre bebeklerin solunum sorunları için verilen yüksek konsantrasyonlu oksijen, retina damarlarının anormal gelişimine yol açabilir.
 - Anemi (Kansızlık): Kan transfüzyonu gerektiren veya anemisi olan bebeklerde prematüre retinopatisi riski daha yüksektir.
- Diğer risk faktörleri:
- Doğum sonrası enfeksiyonlar
 - Yoğun bakımda uzun süre kalmak
 - Kafa içi kanamalar
 - Çoklu gebelikler (ikiz, üçüz gibi)
 - Bebeklerin genel sağlık durumu

How Does Retinopathy of Prematurity Occur?

Assoc. Prof. Özge Yabaş Kızıloğlu explains: “Retinal vascularization begins around the 16th week of pregnancy and continues until the 40th week, extending from the center to the edges of the retina. When a baby is born prematurely, this vascular development is incomplete. The earlier the birth, the larger the area of the retina that remains without blood vessels. After birth, depending on factors such as the baby's general health, the degree of prematurity, neonatal care conditions, and lung development, the process may continue normally or become disrupted. When normal development is interrupted, abnormal blood vessels form, leading to ROP.”

Main Causes of Retinopathy of Prematurity

- *Premature birth: The blood vessels of the eye complete their development before birth, but premature babies are born before this process finishes. Infants born before 32 weeks are at particularly high risk.*
 - *Low birth weight: The lower the birth weight, the higher the risk. Babies weighing less than 1500 grams are especially vulnerable.*
 - *High-concentration oxygen therapy: Oxygen therapy used to treat breathing difficulties in premature infants can cause abnormal retinal vessel growth.*
 - *Anemia: Babies with anemia or those requiring blood transfusions face an increased risk of ROP.*
- Other Risk Factors:*
- *Postnatal infections*
 - *Prolonged stay in neonatal intensive care*
 - *Intracranial hemorrhage*
 - *Multiple pregnancies (twins, triplets, etc.)*
 - *Overall health condition of the infant*

Her 4 Bebekten 1'inde Görülüyor

Ülkemizde yapılan ve 2018 yılında British Journal of Ophthalmology dergisinde yayınlanan çok merkezli bir araştırmaya göre, prematüre retinopatisi açısından taranan her 4 bebeğin 1'inde prematüre retinopatisi (ROP) görüldüğünü vurgulayan Doç. Dr. Yabaş Kızıloğlu, söz konusu araştırmaya göre tedavi gerektiren ciddi ROP gelişiminin ise yüzde 6.7 olduğunu belirtti. Kızıloğlu, "Prematüre retinopatisi açısından risk altında olan tüm bebeklerin bu konuda eğitim almış olan göz doktoru tarafından muayene edilmesi gerekir. Bu muayeneye tarama denir. İlk tarama muayenesi, bebeğin doğum haftasına göre değişmekle birlikte, genellikle bebek 4 haftalık olduğunda yapılmalıdır" diye açıkladı.

Seen in 1 Out of 4 Babies

According to a multicenter study conducted in Turkey and published in the British Journal of Ophthalmology in 2018, one out of every four screened premature babies was diagnosed with ROP. The same study reported that 6.7 percent of these cases developed a severe form requiring treatment. Dr. Yabaş Kızıloğlu emphasizes, "All infants at risk for ROP should be examined by an ophthalmologist trained in this field. This examination is called screening. Although the exact timing depends on the week of birth, the first screening is typically performed when the baby is about four weeks old."

Tedavi Gerekiyorsa, Hemen Uygulanmalı

Bebeklerin bazılarında sadece bir tarama muayenesinin yeterli olabildiğini ancak çoğu bebekte retinanın normal damarlanması tamamlanana kadar, hastalığın şiddetine göre değişen sıklıklarla muayeneyi tekrarlamak gerektiğine işaret eden Doç. Dr. Kızıloğlu, "Örneğin hafif vakalarda 1-2 hafta aralarla muayene yapılır ve hastalık kendi kendine gerileyerek normal damarlanma tamamlanır. Daha şiddetli vakalarda ise 1 hafta veya daha kısa aralıklarla muayene gerekebilir. Bu olgular zamanında tanınıp en kısa zamanda tedavi edildiği takdirde, görme kaybı ve körlük gibi olumsuz sonuçlar çoğu zaman başarı ile önlenilmektedir. En etkili tedavi lazer ile retinadaki anormal kan damarlarının gelişiminin önlenmesidir. Bazı agresif hastalık durumlarında ise göz içine anti-VEGF ilaçların enjeksiyonu yapılabilir" dedi.

Düzenli Göz Muayeneleri Şart!

Göz Hastalıkları Uzmanı Doç. Dr. Özge Yabaş Kızıloğlu, prematüre retinopatisi saptanan bebeklerde; özellikle ciddi ROP nedeniyle tedavi olanlarda, yüksek miyop, astigmat, şaşılık, göz tembelliği, glokom ve retina dekolmanı gibi göz problemlerinin görülme olasılığının normal popülasyona göre daha yüksek olduğunu hatırlatarak bu nedenle sonraki yıllarda da düzenli göz muayenelerine devam edilmesi gerektiğine işaret etti.



If Treatment is Needed, Act Without Delay

Dr. Yabaş Kızıloğlu notes that while some babies may require only one screening, most need repeated examinations until normal vascularization is complete. "In mild cases, check-ups are done every one to two weeks, and the condition often resolves spontaneously as the retina develops normally. In more severe cases, examinations may be needed weekly or even more frequently. Only a small number of infants require treatment, but if these cases are identified and treated promptly, complications such as vision loss or blindness can often be prevented. The most effective treatment is laser therapy to stop the growth of abnormal retinal vessels. In more aggressive cases, anti-VEGF injections into the eye may be necessary," she explains.

Regular Eye Exams are Crucial!

Dr. Yabaş Kızıloğlu reminds families that babies diagnosed with ROP, especially those who have undergone treatment for severe cases, have a higher likelihood of developing other eye conditions later in life such as high myopia, astigmatism, strabismus, amblyopia, glaucoma, and retinal detachment. She stresses the importance of continuing regular eye examinations throughout the following years to ensure long-term visual health.



A QUALITY COLORS CONTACT LENS



A QUALITY NATURAL COLORS CONTACT LENS



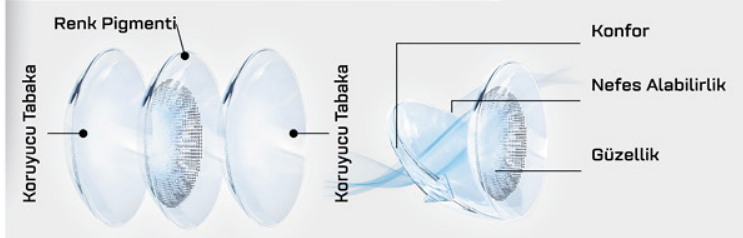
ÜÇÜ BİR ARADA RENK TEKNOLOJİSİ

1. DIŞ HALKA Gözleri Tanımlar
2. BİRİNCİ RENK Göz rengini dönüştürür Nokta Matriks yöntemiyle Renklendirilmiştir.
3. İÇ HALKA Parlaklık ve derinlik ekler.

KONFOR

- Özel kenar teknolojisi sayesinde göze uyum sağlar korneayı sarar.
- Gözyaşının dolaşımı için göz kırpması sonrasında 1mm dikey hareket eder.
- Özel dış yüzey kaplaması için sürtünme ve batma hissini giderir.

SANDWICH TEKNOLOJİSİ



LENS MEDİKAL

AQcolors®



GALAXY OPTİK

KURUMSAL DURUŞUYLA GÜVEN KAZANIYOR EARNING TRUST WITH A CORPORATE STANCE

“Gelişen ve değişen optik dünyasına hızla ve efektif bir şekilde ayak uyduran Silmo İstanbul; Türkiye ve bölge pazarların nabzını tutuyor.”

“Adapting rapidly and effectively to the evolving optical world, Silmo Istanbul keeps its finger on the pulse of the Turkish and regional markets.”

Röportajımıza sizi tanıyarak başlayalım. Kendinizden bahsederek, optik sektörüyle tanışma hikayenizi paylaşır mısınız?

Fatih Aslan: İlk olarak saat ve optik mağazasında 1996 yılında başlayan serüvenimiz, 2010 yılında kardeşimin de katılımıyla bizi bugünlere getirdi. Tabii ki bu süreç kolay olmadı. Zamanla sektörel bazlı ve ekonomik problemlerle karşılaştık ancak hedeflerimizden şaşmadan, emin adımlarla ve doğru zamanlarda yatırım yaparak daha ileriye gitmek adına kararlar aldık ve uyguladık. Sektörde uzun seneler boyunca işin mutfağı olan atölyede, sonrasında ise satış ve tedarik kısmında yer aldım. Sektördeki eksik yönlerimizi geliştirerek, bugünkü kurumsallığın aslında altyapısını hazırlamış oldum. Kardeşimin 2006 yılında kurumsal mağazacılık sektörünün altyapısında yer almasını sağlayarak yetiştirdim ve askerliğini tamamlamasıyla onu 2010 yılında yanıma aldım.

Let's begin by getting to know you. Could you tell us about yourself and share the story of how you entered the optical industry?

Fatih Aslan: Our journey, which first started in 1996 in a watch and optical store, brought us to today with the participation of my brother in 2010. Of course, whole process was not easy. Over time, we faced both industry-specific and economic challenges; however, we stayed true to our goals, made the right investments at the right time, and took steady steps forward. For many years, I worked in the workshop — the heart of the business — and later in sales and supply. By identifying and improving the industry's shortcomings, I actually laid the groundwork for the corporate structure we have today. I trained my brother to take part in the infrastructure of the corporate retail sector in 2006, and after he completed his military service, I brought him into our business in 2010.

Yusuf Aslan: Ağabeyimin de belirttiği gibi 2006 yılında onun yönlendirmesiyle 4 yıllık bir deneyimden sonra askerlik görevimi tamamladım. Aydın'ın Söke ilçesinde Ceylan Optik'in Kurucusu ağabeyimle 2010 yılında çalışmaya başladım. Bizde iş dağılımı iki bölümden oluşmaktadır. Ben şu anki mağazalarımızda işletmeci olarak görev yapmaktayım. Mağazalara ürün dağılımı, müşteri sonrası iletişim, departmanlar ve altyapıyla ilgili sorumluluk bana aittir.

Yusuf Aslan: As my brother mentioned, under his guidance I gained four years of experience starting in 2006 before completing my military service. I began working with my brother, the Founder of Ceylan Optik in Söke, Aydın, in 2010. In our business, the division of work is split into two parts. I currently serve as the operator of our stores. I am responsible for product distribution to stores, post-sales communication, departments, and infrastructure.

Aydın, Söke'de 2008 yılında açtığınız ilk çarşı mağazanızla Galaxy Optik'in temelleri atıldı diyebilir miyiz? İlk mağazanın açılış süreci nasıldı?

Kesinlikle. Ceylan Optik'i açarken de sunacağımız hizmetlerle ilgili aynı vizyonu taşıyordum. Her zaman kurumsallıktan yana oldum; çünkü kurumsallık, müşteri-mize verdiğimiz önemi ve saygıyı gösterir. Sonuçta uzun yıllardır bu sektörde hizmet veriyoruz. Bu sebeple hiçbir zaman plansız, düzensiz, şeffaflık ve güven sunmayan bir çalışma sistemini benimsemedik. İşimizi ciddiyetle ve titizlikle yürütmek hem kendimize hem de müşterimize duyduğumuz saygının bir yansımasıdır.

Yusuf Bey'in dahil olmasıyla birlikte iş yapınız nasıl şekillendi? İki kardeş olarak çalışmanın avantajları ve zorlukları neler? Tabii ki güçlenerek yolumuza devam ettik. Ben sektörde fuarları ve yatırımlarımızı takip ederken, kardeşim ise bizim için çok önemli olan ikili ilişkiler ve müşteri diyalogu kısmında yer alarak bizi bugünlere taşıdı. Her bir adımı ortak akıl ve karşılıklı güvenle atarak markamızı sağlam temel-ler üzerine inşa ettik.

Ceylan Optik adıyla başlayan bu yolculuk, Kasım 2024'te Galaxy Optik AVM mağazası ile devam etti. Bu değişimin arka planını anlatır mısınız?

Öncelikle ilk günden bu yana doğru adımlarla ve hedeflediğimiz yüksek kalite ve güven odaklı yaklaşımdan şaşmadan ilerledik. Kasım 2024 Galaxy Optik adıyla AVM mağazası açtığımız tarih olmasının yanı sıra, içinde yer aldığımız AVM'nin hizmete açıldığı tarihtir. Haliyle henüz hizmete açılan bir AVM'deki ilk mağazalardan biri olacak olmamız bir risk demektir. Bu sebeple, bölgede yaşayan kitle-nin profili, AVM'nin müşteri potansiyeli, bölgedeki optik mağazalar ve markaları tespit ve analiz ettik. Daha sonra Aydın içindeki çalışmalara baktık ve sektörde hedeflenen kitlenin eksik yönlerine göre şekillendik. Deneyim ve bilgi birimimiz ile bu riskin fırsata dönüşebileceğine karar verdik ve o günden beri güçlenerek hizmet vermeye devam ediyoruz.

Can we say that with your first store in Söke district in 2008, the foundations of Galaxy Optik were laid? How was the process of opening your first store?

Absolutely. Even when opening Ceylan Optik, I shared the same vision regarding the services we would provide. I have always been in favor of corporateness, because being corporate reflects the importance and respect we show to our customers. After all, we have been serving in this sector for many years now. For this reason, we have never adopted a working system that lacks planning, order, transparency, or trust. Conducting our work with seriousness and precision is a reflection of the respect we have for both ourselves and our customers.

How did your business structure evolve after Yusuf joined? What are the advantages and challenges of working as two brothers? Naturally, we continued on our path with greater strength. While I followed industry fairs and our investments, my brother took charge of the interpersonal relationships and customer dialogue that are so crucial for us. We built our brand on solid foundations by taking every step through mutual trust and collective wisdom.

The journey began with the name Ceylan Optik, continued with the opening of Galaxy Optik in a shopping mall in 2024. Can you share the details?

From day one, we have moved forward with the right steps, maintaining our focus on high quality and reliability. November 2024 marks not only the date we opened our Galaxy Optik store in the shopping mall, but also the opening of the mall itself. Naturally, being among the first stores in a newly opened shopping center carried a certain risk. Therefore, we deeply analyzed the demographic profile of the local population, the mall's customer potential, and the existing optical stores and brands in the region. We then reviewed the operations within Aydın and shaped our strategy according to the unmet needs of the target audience. With our experience and knowledge, we decided that this risk could be turned into an opportunity. Since that day, we have continued to grow stronger in our services.

Yeni AVM mağazanızın hedef kitlesi, konsepti ve iç tasarımı hakkında bilgi verir misiniz?

Galaxy Optik ile amacımız şehrimiz Aydın'da en üst segmentteki markalara yer vereceğimiz butik bir mağaza oluşturmaktır. Üst grup ürün ve markaların, görsel estetiği yüksek bir ortamda müşterilerimizle buluşmasını istedik. Butik mağazacılık konseptiyle hedef kitlemizdeki müşterilerin dünya markalarına kolayca ve güvenle erişmesini sağlamaktayız. Mağazamızın tasarımını da müşterilerimizin hızla meraklarını cezbedebilecek bir estetik anlayışla titizlikle şekillendirdik. Müşterilerimizin olumlu geri bildirimlerini alarak onlara yüksek kalitede hizmet sunmaktan mutluluk duyuyoruz.

Can you tell us about the target audience, concept, and interior design of your new mall store?

With Galaxy Optik, our goal was to create a boutique store in our precious city, Aydın that features the top segment of brands. We wanted high-end products and brands to meet our customers in a visually aesthetic environment. Through our boutique retail concept, we enable our target audience to access world-famous brands easily and trustfully. We designed the store with great care and an elegant aesthetic approach that would instantly capture our customers' curiosity. We are happy to receive positive feedback and to offer our customers high-quality service.



Mağazalarınızda sadece üst segment ürünler mi yer alıyor? Satışını en çok yaptığınız optik ve güneş gözlüğü markaları hangileri?

Açıkçası evet çoğunlukla üst segment ürünlere yer vermeyi tercih ediyoruz. Marka bazında seçici davranarak, güncel ve trend modellere yer vererek yolumuza devam ediyoruz. Birçok üst segment markaya mağazalarımızda kolaylıkla ulaşabiliyorsunuz. Bizim için öncelik her zaman sağlık ve moda dengesini doğru kurmak oldu. Müşterilerimize hem şıklığı hem de göz sağlığını bir arada sunmayı hedefliyoruz.

Müşteri memnuniyeti konusunda öncelikleriniz nelerdir? Satış sonrası sunduğunuz hizmetlerden bahsedebilir misiniz?

Mağazalarımıza ulaşarak bizden ürün seçmeye gelen her müşterimize istinasız ürünün detaylı tanıtımı ve kullanıma dair bilgileri açıklama konusunda optimum titizlik göstermekteyiz. Müşterilerimizin ürün seçerken bilinçli alışveriş yapmalarını bizim için çok önemlidir. Sunacağımız seçenekler sadece onların ihtiyaçları ve zevklerine göre şekillenmelidir ilkesi ile hareket ediyoruz. Satış sonrası süreçte de sürdürülebilirlik sağlamak amacıyla büyük firmalarıyla çalışıyoruz. Müşterilerimizin satış sonrasında herhangi bir sorunla karşılaşması durumunu hiç istemediğimiz için öyle bir durumda hızlı çözümler üretmekteyiz. Çünkü müşteri velinimetir ilkesi en temel değerimizdir.

Do you only feature high-end products in your stores? Which optical and sunglasses brands do you sell the most?

To be honest, yes, we mostly prefer to sell top-segment products. We are selective in terms of brands, and we continue our path by offering up-to-date and trendsetting models. Many premium brands are easily accessible in our stores. For us, it has always been a priority to maintain the right balance between health and fashion. We aim to offer our customers both sophistication and eye health together.

What are your priorities in terms of customer satisfaction? Could you tell us about your after-sales services?

We take the utmost care in providing every customer who visits our stores with a detailed presentation of the product and clear information about its use. It is very important to us that our customers make informed purchases when choosing their products. We operate under the principle that the options we present must be shaped solely according to their needs and preferences. To ensure sustainability in the after-sales process, we work with major companies. We never want our customers to experience any problems after their purchase, and if they do, we provide quick solutions. Because the principle that “the customer is our greatest asset” is our core value.



Sunduğunuz hizmetlerde sizi diğer optik mağazalardan ayıran en güçlü yönleriniz nelerdir?

Belirttiğim gibi 2008 yılında temellerini attığımızda kurumsallığı ön planda tuttuk ve ilk günden bu yana bu anlayışla yol aldık. İlk yıllarımızdan bugüne, dedelerden torunlarına kadar çok geniş bir yaş grubundaki müşterilerimize hizmet verdiğimiz görmek, bizim için büyük bir gurur kaynağıdır. Doğru iletişim ve doğru ürünlerle her yaşta müşterilerimize güven verdiğimiz görmek, işimizi tüm güncel zorluklara rağmen aynı motivasyonla yapmamızın kaynağıdır. Sürdürülebilir bir iş yapısı ve müşteri memnuniyeti odaklı anlayışımız sayesinde; her jenerasyona hitap edebilen, kalıcı güven hissi verebilen ve müşteri sadakatini kazanmış olarak büyümeye devam ediyoruz.

What do you consider to be your strongest qualities that set you apart from other optical stores?

As I mentioned earlier, we have prioritized corporateness since laying our foundations in 2008, and we have continued along this path ever since. Seeing that we now serve a broad customer base ranging from grandparents to grandchildren is a great source of pride for us. Knowing that we have earned the trust of customers of all ages through proper communication and the right products is what keeps us motivated despite all current challenges. Thanks to our sustainable business structure and customer satisfaction-oriented approach, we continue to grow as a brand that appeals to every generation, instills lasting confidence, and fosters customer loyalty.

Son yıllarda değişen müşteri beklentilerine karşı hangi yöntemleri kullanıyorsunuz?

Evet, müşteri algısı dijital çağda değişim gösterdi. Alacakları gözlükleri artık sadece optik mağazalarda görüp karar vermiyorlar. Özellikle dijital kanalları daha aktif kullanan genç jenerasyonun markalar hakkındaki bilgileri ve talepleri farklılaşmaya ve bilinçlenmeye başladı. Öte yandan sosyal medya hiç olmadığı kadar güçlü bir tanıtım aracına dönüştü. Bu sebeple Galaxy Optik olarak sosyal medya aracılığıyla öncelikli hedef kitlemizi belirliyor; tanıtım ve reklam çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Bu doğrultuda müşterilerimizle aynı dili konuşarak, onların beklentilerine uygun adımlar atıyor ve birlikte ilerliyoruz.

Silmo İstanbul Optik Fuarının optik endüstrisine katkıları hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Yurtdışında yıllardır düzenlenen küresel optik sektöründe öncü role sahip fuarlara ve mesleğimle ilgili tüm etkinliklere katılan biri olarak, yenilikler ve teknolojik gelişmeleri öğrenmek ve bunları çalışma arkadaşlarımla istişare edip işimize yansıtmak benim için çok önemlidir. Bu sebeple Silmo İstanbul Optik Fuarını da her yıl ziyaret etmek büyük bir heyecan anlamına geliyor. Çünkü Silmo İstanbul her yıl sunduğu yenilikler ve farklı bakış açılarıyla bizleri şaşırtmayı başarıyor. Gelişen ve değişen optik dünyasına hızla ve efektif bir şekilde ayak uyduran Silmo İstanbul; Türkiye ve bölge pazarların nabzını tutuyor. Silmo İstanbul’un optik sektörünün geleceğine yön vermek adına büyük önem taşıdığına inanıyorum.

What methods do you use to respond to changing customer expectations in recent years?

People no longer decide on the eyewear they will buy only by seeing them in optical stores. Especially among younger generations who use digital channels more actively, awareness and expectations about brands have evolved and become more informed. Meanwhile, social media has become a stronger promotional tool than ever before. Therefore, as Galaxy Optik, we identify our target audience primarily through social media and carry out our promotional and advertising activities accordingly. By speaking the same language as our customers, we take steps that align with their expectations and move forward together.

What are your thoughts on the contributions of Silmo İstanbul Optical Fair to the optical industry?

As someone who has attended leading international optical fairs and industry events for years, it is very important for me to learn about innovations and technological developments and to reflect them in our business through discussions with my colleagues. For this reason, visiting the Silmo İstanbul Optical Fair every year is always an exciting experience. Silmo İstanbul manages to surprise us in a good way each year with its innovations and fresh perspectives. Adapting rapidly and effectively to the evolving optical world, Silmo İstanbul keeps its finger on the pulse of the Turkish and regional markets. I believe Silmo İstanbul plays a crucial role in shaping the future of the optical industry.

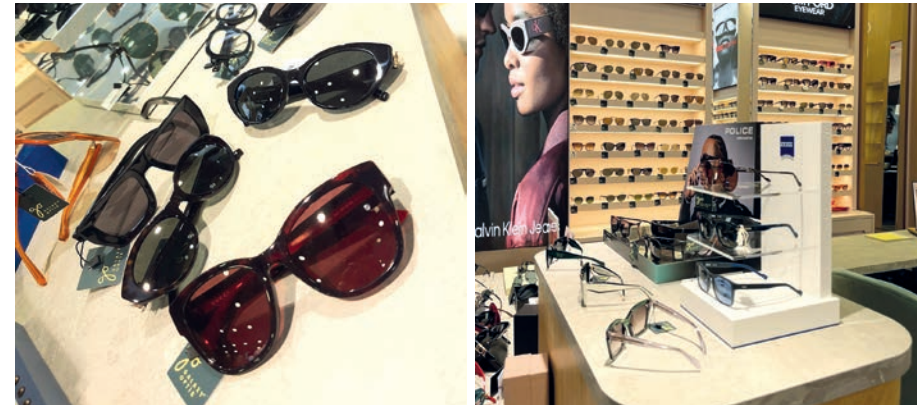


Değerli röportajınız için teşekkür ederiz. Son olarak 4 your eyes ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek isteriz?

Derginiz 4 your eyes’in uzun yıllardır neredeyse okumadığımız sayısı yok diyebiliriz. Özenle seçilmiş güçlü içeriğinizde biz optik profesyonellerinin ihtiyacı olan her türlü bilgi, haber, yenilik, trendler ve teknolojileri işliyorsunuz. Markaların geçmiş, firmaların detayları ve yenilikçi adımlarıyla ilgili bilgiler sunarak aslında tüm optik profesyonellerine fırsat penceresi açıyorsunuz. Tüm ekibinizin başarılarının devamını dileriz.

Thank you for this valuable interview. Finally, could you share your thoughts about 4 your eyes Optical Magazine?

I can say that I haven’t missed a single issue of 4 your eyes for many years. With your carefully curated, rich content, you provide every kind of information, news, innovation, trend, and technology that optical professionals need. By presenting detailed information about brands, companies, and their innovative steps, you actually open a window of opportunity for all optical professionals. We wish continued success to your entire team.



AVRUPA'DAKİ EN GÜZEL

Noel Pazarları

Yılın en ışıltılı zamanı sonunda geliyor! Yeni olanın iyileştireceğine dair inançla dilekler dilenmeye başlanacak. Kışın soğuk yüzü sokakları süpürürken yılbaşının ruhu, renkleri ve kestane kokusu her yanı saracak.

EUROPE'S MOST BEAUTIFUL
NOEL MARKETS

The magical time of the year is approaching! We'll be making wishes with the hope that the new year will bring renewal and joy. The spirit of the New Year will warm our hearts despite the winter chill.





Budapeşte, Macaristan

European Best Destinations tarafından 2023 ve 2024 yıllarında Avrupa'nın En İyi Noel Pazarı seçildiği için ilk olarak Advent Basilica'dan başlamak istedik. Budapeşte'deki en gözde Noel pazarlarından olan Advent Basilica, St. Stephen Basilicası'nın önünde kuruluyor ve her yıl binlerce ziyaretçiye kendine çekiyor. 15 Kasım 2025 – 1 Ocak 2026 tarihleri arasında buraya geldiğinde seni geleneksel Macar yiyecekleri ve muhteşem ışık gösterileri bekliyor. Bazilika'nın önündeki dev Noel ağacı da tam Instagram'lık. Buz pateni pisti de bu atmosferin en eğlenceli durağı.

Budapest, Hungary

We begin with Advent Basilica, crowned Europe's Best Christmas Market by European Best Destinations in both 2023 and 2024. Set in front of St. Stephen's Basilica, this market attracts thousands of visitors each year. Between November 15, 2025, and January 1, 2026, you can enjoy traditional Hungarian delicacies, spectacular light shows, and the dazzling Christmas tree right in front of the basilica—perfect for your next Instagram post. Don't miss the ice rink, either; it's one of the most joyful parts of the experience.



Krakov, Polonya

Polonya'nın tarihi ve kültürel başkenti Krakow, Rynek Glowny Meydanı'nda kurulan Noel pazarı ile her sene binlerce ziyaretçiye ağırlıyor. 28 Kasım 2025 – 1 Ocak 2026 tarihleri arasında dersen bu Noel pazarında geleneksel Polonya lezzetlerini tadabilir, el yapımı süsler ve hediyelik eşyalar alabilirsin. Görkemli binaların arasında kurulan bu pazar, büyüleyici atmosferi ve yerel kültüre dair sunduğu pek çok detayla ziyaretçilerine unutulmaz bir deneyim yaşıyor. Polonya'ya özgü yerel lezzetler denemek ve Noel coşkusuna dahil olmak istersen bu kış Krakow'a şans ver deriz.

Krakov, Poland

Krakov, Poland's historical and cultural capital, welcomes thousands of visitors every year with its Christmas market set up in Rynek Glowny Square. From November 28, 2025, to January 1, 2026, you can sample traditional Polish delicacies and buy handmade decorations and gifts at this Christmas market. Set among magnificent buildings, this market offers visitors an unforgettable experience with its enchanting atmosphere and many details showcasing local culture. If you want to try local Polish delicacies and join in the Christmas excitement, we recommend giving Krakow a chance this winter.



Kopenhag, Danimarka

Danimarka'nın başkenti Kopenhag, Noel zamanı ışıltısını artıran şehirler arasında. "Julemarked" Dancada Noel pazarı anlamına geliyor. En ünlü ve en güzel julemarked ise Tivoli bahçelerinde kuruluyor. Bu büyümlü ortamda geleneksel ahşap kulübeler, tatlılar ve süslemelerle dolu parlak renkli dükkanlar var. Disneyland'dan ilham alarak yapılan Tivoli'de eğlenmek ve büyülenmek kaçınılmaz. Kendini çocuklar gibi şen hissedeceğin bir yer! En güzel halini ise hava karardığında renkli ışıklar altında deneyimleyebilirsin. 14 Kasım 2025 – 4 Ocak 2026 tarihleri arasında Tivoli'de kurulan Noel pazarını ziyaret edebilirsin. Tivoli için giriş bileti almak istersen sayfa ziyaret edebilirsin.

Copenhagen, Denmark

Copenhagen, the capital of Denmark, is among the cities that increase their sparkle during Christmas time. "Julemarked" means Christmas market in Danish. The most famous and beautiful julemarked is set up in the Tivoli Gardens. In this magical setting, there are brightly colored shops filled with traditional wooden huts, sweets, and decorations. Inspired by Disneyland, having fun and being enchanted at Tivoli is inevitable. It's a place where you'll feel as cheerful as a child! You can experience it at its best after dark, under colorful lights. You can visit the Christmas market set up at Tivoli between November 14, 2025, and January 4, 2026. If you want to buy an entrance ticket to Tivoli, you can visit the page.

Basel, İsviçre

İsviçre'nin en güzel şehirlerinden biri olan Basel, 2021 yılında European Best Destinations tarafından Avrupa'nın en iyi Noel pazarı olarak seçildi. Şehrin Noel pazarları ise Barfüsserplatz ve Münsterplatz meydanlarına 27 Kasım – 23 Aralık 2025 tarihlerinde kuruluyor. Çeşit çeşit lezzetli şeyler var, ama sen yöresel bir lezzet olan Basel läckerli (bir tür zencefilli çörek) yemeyi unutma. Ahşap oyuncaklar, ısıltılı meydanlar ve eğlenceli aktiviteler Basel'in Noel pazarlarında seni bekliyor.

Basel, Switzerland

Basel, one of Switzerland's most beautiful cities, was selected as Europe's best Christmas market by European Best Destinations in 2021. The city's Christmas markets are set up in Barfüsserplatz and Münsterplatz squares from November 27 to December 23, 2025. There are all kinds of delicious treats, but don't forget to try Basel läckerli (a type of gingerbread cookie), a local specialty. Wooden toys, sparkling squares, and fun activities await you at Basel's Christmas markets.



Brüksel, Belçika

Avrupa'nın birliğinin fiili başkenti olan Brüksel, Plaisirs d'Hiver isim dev bir Noel pazarına ev sahipliği yapıyor. Üstelik burası sadece hediyelik eşyalar ve lezzetli yiyeceklerle değil, aynı zamanda dev dönme dolap ve ışıklı gösteriler gibi eğlencelerle dolu. Grand Place meydanı, kasım sonunda dev Noel ağacı ve ışık gösterileriyle büyüleyici bir atmosfere bürünüyor. 28 Kasım 2025 – 4 Ocak 2026 tarihleri arasında buraya gelersen hem kültürel bir gezi yapabilir hem de bu muhteşem atmosferi deneyimleyebilirsin.

Brussels, Belgium

The de facto capital of the European Union hosts one of the grandest markets on the continent—Plaisirs d'Hiver (Winter Wonders). More than just festive stalls and delicious treats, it features a giant Ferris wheel and vibrant light shows. From November 28, 2025, to January 4, 2026, the Grand Place transforms into a glowing wonderland, complete with a massive Christmas tree. It's the perfect time to blend culture and celebration in one memorable trip.

Strazburg, Fransa

Fransa'nın Noel başkenti olarak anılan, UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan Strazburg'da yaklaşık 300 farklı Noel tezgâhı bulunuyor. Fransa'da bir Noel pazarı gezmek istiyorsan tercihini mutlaka Strazburg'dan yana kullanmanı öneriyoruz. Place Kléber Christmas Market şehrin ana Noel pazarı olarak geçiyor. Bu güzel pazarı gezmek için 26 Kasım – 24 Aralık 2025 tarihleri arasında Kleben Meydanı'na gidebilirsin.

Strasbourg, France

Known as France's Christmas Capital and listed as a UNESCO World Heritage Site, Strasbourg hosts nearly 300 festive stalls each year. If you plan to visit just one Christmas market in France, make it this one. The Place Kléber Christmas Market is the city's centerpiece and runs from November 26 to December 24, 2025. With its historic architecture, glowing lights, and joyful energy, Strasbourg offers an unforgettable holiday experience.

SAF SÜRÜŞÜN YENİ SEMBOLÜ

CAPRICORN 01 ZAGATO

New Icon of Pure Driving



Alman motor sporları firması Capricorn ve efsanevi İtalyan tasarım stüdyosu Zagato iş birliğiyle geliştirilen tamamen analog hiper otomobil Capricorn 01 Zagato yollara hazır!

Capricorn 01 Zagato 900 beygir gücündeki V8 motoru, manuel şanzımanı ile dijital müdahalelerden arındırılmış saf sürüş deneyimi vadediyor. Otomobilin kalbinde 5.2 litrelik süper-şarjlı V8 motor yer alıyor. Güç, yalnızca arka tekerleklerle beş ileri "dog-leg" manuel şanzıman aracılığıyla aktarılıyor. Capricorn 01 Zagato, 0'dan 100 km/s hıza 3 saniyeden kısa sürede ulaşıyor ve 360 km/s azami hıza erişebiliyor. Karbon seramik fren diskleri, altı pistonlu Brembo kaliperlerle destekleniyor.

Direksiyon sistemi, düşük hızlarda elektrik destekli çalışırken, yüksek hızlarda tamamen mekanik hale gelerek saf bir yol hissi sağlıyor. Bu da aracı pistte olduğu kadar normal yollarda da keyifli hale getiriyor. Capricorn 01 Zagato, İtalyan tasarım devi Zagato'nun geleneksel çizgisini sürdürüyor. Baş tasarımcı Norihiko Harada, otomobilin tasarımında "zamanın testine dayanacak" bir estetik hedeflediklerini söylüyor. Aerodinamik verimlilik sadece hız için değil, sürüş kararlılığı ve güven hissi için optimize edilmiştir.

The fully analog hypercar Capricorn 01 Zagato, developed through the collaboration of the German motorsports firm Capricorn and the legendary Italian design studio Zagato, is ready for the road!

Boasting a 900-horsepower V8 engine and a manual transmission, the Capricorn 01 Zagato promises a pure driving experience free from digital interventions. At the heart of the car lies a 5.2-liter supercharged V8 engine, delivering power exclusively to the rear wheels via a five-speed "dog-leg" manual gearbox. The Capricorn 01 Zagato accelerates from 0 to 100 km/h in under 3 seconds and reaches a top speed of 360 km/h. Its carbon-ceramic brake discs are supported by six-piston Brembo calipers.

The steering system operates with electric assistance at low speeds, but transitions to a fully mechanical setup at high speeds, providing an unfiltered sense of the road. This ensures driving pleasure both on the track and on regular roads. The Capricorn 01 Zagato continues the traditional design language of the Italian design powerhouse Zagato. Chief designer Norihiko Harada states that their goal was to achieve an aesthetic "built to withstand the test of time."



CMF HEADPHONE PRO ↑

Kablosuz kulaklık CMF Headphone Pro şimdi piyasada! 100 saatlik pil ömrüne sahip modüler tasarım, yüksek çözünürlüklü ses desteği, uyarlanabilir aktif gürültü engelleme özelliklerine sahip. Ayrıca kısayol olarak ayarlanabilen programlanabilir bir düğmesi ile ChatGPT gibi yapay zekalara hızlı erişim sunuyor.

CMF HEADPHONE PRO

The wireless CMF Headphone Pro is now on the market! Featuring a modular design, up to 100 hours of battery life, high-resolution audio support, and adaptive active noise cancellation (ANC), it also includes a programmable shortcut button that offers quick access to AI assistants like ChatGPT.

KABLOSUZ HOPARLÖRLÜ PROJEKTÖR ↓

1080p çözünürlük ve Led ışık kaynağı üzerinden 650 ANSI lümen parlaklık sunan Anker imzalı yeni taşınabilir projektör modeli Nebula P1 özellikle kablosuz olarak kullanılabilen hoparlörleriyle dikkat çekiyor. 20W'lık stereo ses kalitesine sahip Nebula P1, ana ünitenin üstünde şarj edilebiliyor.

WIRELESS SPEAKER PROJECTOR

The new portable projector Nebula P1 by Anker offers 1080p resolution and 650 ANSI lumens of brightness through its LED light source. What sets it apart are its detachable wireless speakers delivering 20W stereo sound, which can be conveniently recharged on top of the main unit.



TAG HEUER AKILLI SAAT ↓

Tag Heuer'in iPhone'larla tam uyumlu akıllı saati, 40 mm ve 45 mm olmak üzere iki farklı boyutta sunuluyor. Ürüne Qualcomm'un hazırladığı Snapdragon 5100+ işlemciyle güç veriliyor. Ürünün 40 mm'lik versiyonunda 1.20 inç, 45 mm'likte ise 1.39 inç dokunmatik AMOLED ekran var.

TAG HEUER SMARTWATCH

Tag Heuer's smartwatch, fully compatible with iPhones, is offered in two sizes: 40 mm and 45 mm. Powered by Qualcomm's Snapdragon 5100+ processor, the smartwatch features a 1.20-inch AMOLED touchscreen display on the 40 mm version and a 1.39-inch on the 45 mm version.

KLOZET KAMERASI ↓



Dekoda klozet kamerası, dışkı/idrar fotoğraflarını yapay zekadan yardım alarak analiz ediyor ve kişilerin bağırsak sağlığı ile hidrasyon durumu hakkında bilgiler veriyor. Dışkıda ya da idrarda kan olup olmadığını da kontrol eden klozet kamerası, kullanıcı tespiti için parmak izi sensörüyle birlikte satılıyor.

TOILET CAMERA

The Dekoda toilet camera analyzes stool and urine images with the help of artificial intelligence, providing insights into users' gut health and hydration levels. The Dekoda toilet camera can also detect traces of blood in waste and comes equipped with a fingerprint sensor for user identification.

BAYİMİZ OLMAK İSTER MİSİNİZ?

Optik sektöründe güvenilir iş ortaklarıyla büyümek isteyenler için doğru adrestesiniz. **Erzirve Optik**, geniş ürün yelpazesıyla binlerce kaliteli **Optik** ve **Güneş Gözlüğü** modelini, modern **B2B sistemimiz** üzerinden sizlere sunuyor.



Kullanımı kolay online B2B sistemimizle ürünleri inceleyebilir, siparişlerinizi hızlıca oluşturabilir ve stok durumunu anlık takip edebilirsiniz.

Güvenli, şeffaf ve profesyonel hizmet ağı sayesinde, işinizi büyütürken daima yanınızdayız.

B2B sistemimizi, mobil uygulamamız üzerinden de kullanabilirsiniz.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / D2A

www.erzirveoptik.com.tr | 0212 224 24 24

ERZİRVE
TÜRKİYE'NİN GÖZLÜK ÜRETİM MERKEZİ



Mavi Ay

Vizyon Tarihi Vision Date:

14 Kasım November 2025

Yönetmen Director: Richard Linklater

Mavi Ay Broadway'in altın çağında geçen tek gecelik bir içsel hesaplaşmayı beyazperdeye taşıyor. Mavi Ay filminde başarılı oyuncular Ethan Hawke, Margaret Qualley ve Andrew Scott rol alıyor.

Blue Moon brings to the motion picture screen a single night of inner reckoning set in Broadway's golden age, starring acclaimed actors Ethan Hawke, Margaret Qualley, and Andrew Scott.

Oğul

Vizyon Tarihi Vision Date:

21 Kasım November 2025

Yönetmen Director: Lotfy Nathan

Oğul, koruyucusu olan marangoza isyan ederek doğuştan gelen güçlerini ve kavrayışının ötesinde bir kaderi ortaya çıkarır. Filmin başrolünde usta aktör Nicolas Cage oynuyor.

The boy rebels against his guardian carpenter, revealing his innate powers and a destiny beyond his comprehension. The Carpenter's Son stars the masterful actor Nicolas Cage.



Nikos Vertis

28 Kasım November 2025

Volkswagen Arenai, İstanbul

Dünya çapında milyonlarca hayranı olan Yunan müziğinin en önemli temsilcilerinden Nikos Vertis, uzun zamandır beklenen İstanbul konseriyle 28 Kasım'da Volkswagen Arena'ya geliyor. Sakın kaçırmayın!

Nikos Vertis, one of the most important representatives of Greek music with millions of fans worldwide, is coming to Volkswagen Arena on November 28 for his long-awaited Istanbul concert. Don't miss it!



Aşkın Nur Yengi

21 Kasım November 2025

Congresium, Ankara

Türk popunun duayenlerinden Aşkın Nur Yengi hit şarkılarını senfonik düzenlemelerle sahneye taşıyor. Eşsiz repertuarı ve muhteşem performansı ile Ankara, Congressium'da müzikseverleri büyüleyecek.

Turkish pop icon Aşkın Nur Yengi brings her hit songs to the stage with symphonic arrangements. The singer will present her unique repertoire and performance for her fans at Ankara this time.



26 Kasım November 2025

ATO Kongre ve Sergi Merkezi, Ankara

Candan Erçetin, profesyonel müzikte 30. yılına özel bir turneye çıkıyor. Bu kez 26 Kasım'da Ankaralı hayranlarıyla buluşmaya hazırlanan ünlü sanatçının, unutulmaz şarkıları ve güçlü performansını kaçırmayın!

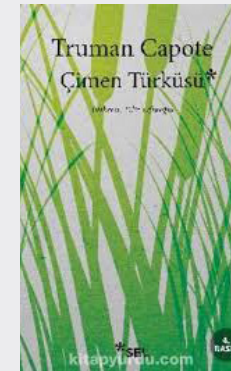
Candan Erçetin is embarking on a special tour to mark her 30th anniversary in professional music career. Don't miss the famous singer's unforgettable songs and powerful stage performance in Ankara on November 26!



Aylardan Kasım Günlerden Perşembe Ayşe Kulin

Çağdaş Türk edebiyatının duayenlerinden Ayşe Kulin, "Aylardan Kasım Günlerden Perşembe" adlı romanında Cumhuriyetimizin Kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü zekice ve sevgiyle kaleme alıyor.

One of the doyens of contemporary Turkish literature, Ayşe Kulin portrays the Founder of our Republic, Gazi Mustafa Kemal Atatürk, with intelligence and affection in her novel, "Aylardan Kasım Günlerden Perşembe."



Çimen Türküsü Truman Capote

Bu sayımızda kitap önerilerimizden biri de Amerikalı yazar Truman Capote'den "Çimen Türküsü". Roman ayrıksı karakterlere dair bir etüt, bireysel farklılığın ve bağların kutsandığı ağırbaşlı bir manifesto niteliği taşıyor...

One of our book recommendations in this issue is The Grass Harp by American author Truman Capote. The Grass Harp reads like a study of misfit characters. It is a graceful manifesto celebrating individuality and connection...



Toz

26 Kasım November 2025

Zorlu PSM, İstanbul

Prestijli Afife Jale Tiyatro ödüllü Toz, başarılı tiyatro ve sinema sanatçımız Zerrin Tekindor'un muhteşem performansı ile 26 Kasım'da Zorlu PSM sahnesinde!

The prestigious Afife Jale Award-winning play Toz, starring acclaimed stage and screen actress Zerrin Tekindor, will be on stage at Zorlu PSM on November 26!



Yedi Kocalı Hürmüz Müzikali

29 Kasım November 2025

Merinos Atatürk KKM, Bursa

Türk mizahının ikonik eserlerinden "Yedi Kocalı Hürmüz" bu kez usta sanatçı Müjdat Gezen'in yorumuyla, Çağla Şikel'i ve Anadolu Ateşi'nin iddialı kadrosunu buluşturuyor.

The iconic Turkish comedy "Yedi Kocalı Hürmüz" returns to the stage with a new spark from master artist Müjdat Gezen, starring Çağla Şikel and the Anadolu Ateşi ensemble.

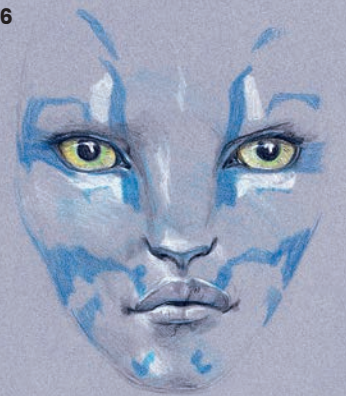
James Cameron Sanatı Sergisi

1 Kasım November 2025 - 28 Şubat February 2026

İstanbul Sinema Müzesi

Dünyaca ünlü yönetmen, senarist ve yapımcı James Cameron'un hayal gücünü ve 60 yılı aşan sanat yolculuğunu gözler önüne seren "James Cameron Sanatı" sergisine İstanbul Sinema Müzesi ev sahipliği yapıyor. Kaçırmayın!

The Istanbul Cinema Museum is hosting "The Art of James Cameron," an exhibition showcasing the imagination and over 60-year artistic journey of world-renowned director, screenwriter, and producer James Cameron!



Mükemmel Optik Performans

ZEISS ClearView
Tek Odaklı Gözlük Camları

ZEISS

Seeing beyond



OPTICIAN
AWARDS

DÜNYADA İLK!
ÖDÜLLÜ ve Eşsiz Teknoloji

SILMO
İSTANBUL

OPTİK FUARI
SALON 6 / C9

www.zeiss.com.tr/vision-care

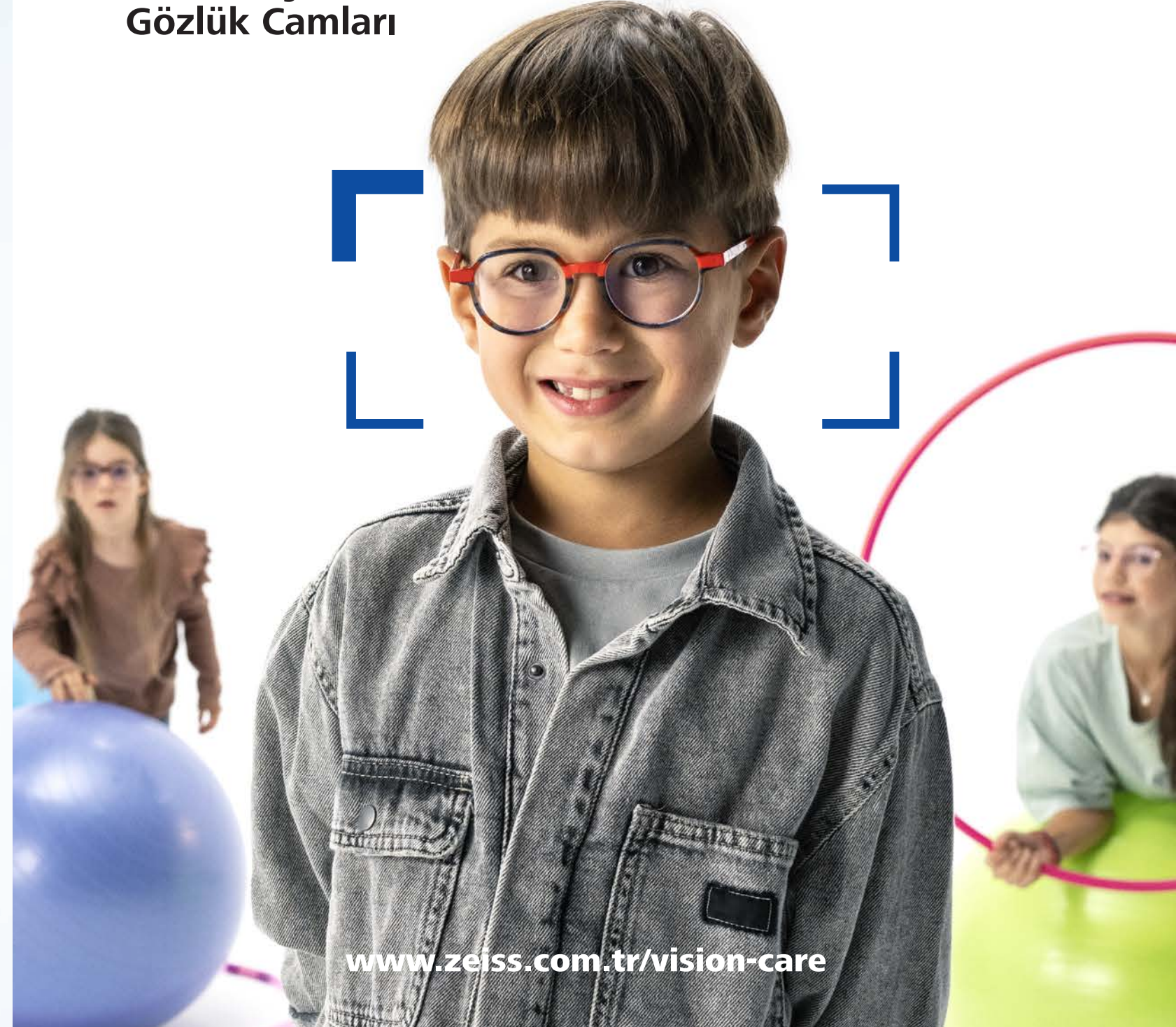
Çocuğunuza,
daha sağlıklı
bir görüş kazandırın.

Çocukların miyopi ilerlemesini
durdurmaya bugünden başlayın!

ZEISS

Seeing beyond

ZEISS MyoCare
Gözlük Camları



www.zeiss.com.tr/vision-care

FUTURE NOW !

