

4^{your}eyes

Optik Magazin Dergisi Şubat 2026/230

RÖPORTAJ

SESTINI EYEWEAR

GÖZDE TREND

UNSUIKYO EYEWEAR

TREND

FASET OPTİK GÖZLÜKLER

eco®

CARBON NEGATIVE EYEWEAR

Silhouette

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



Silhouette

Empowered by 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





MAYBACH

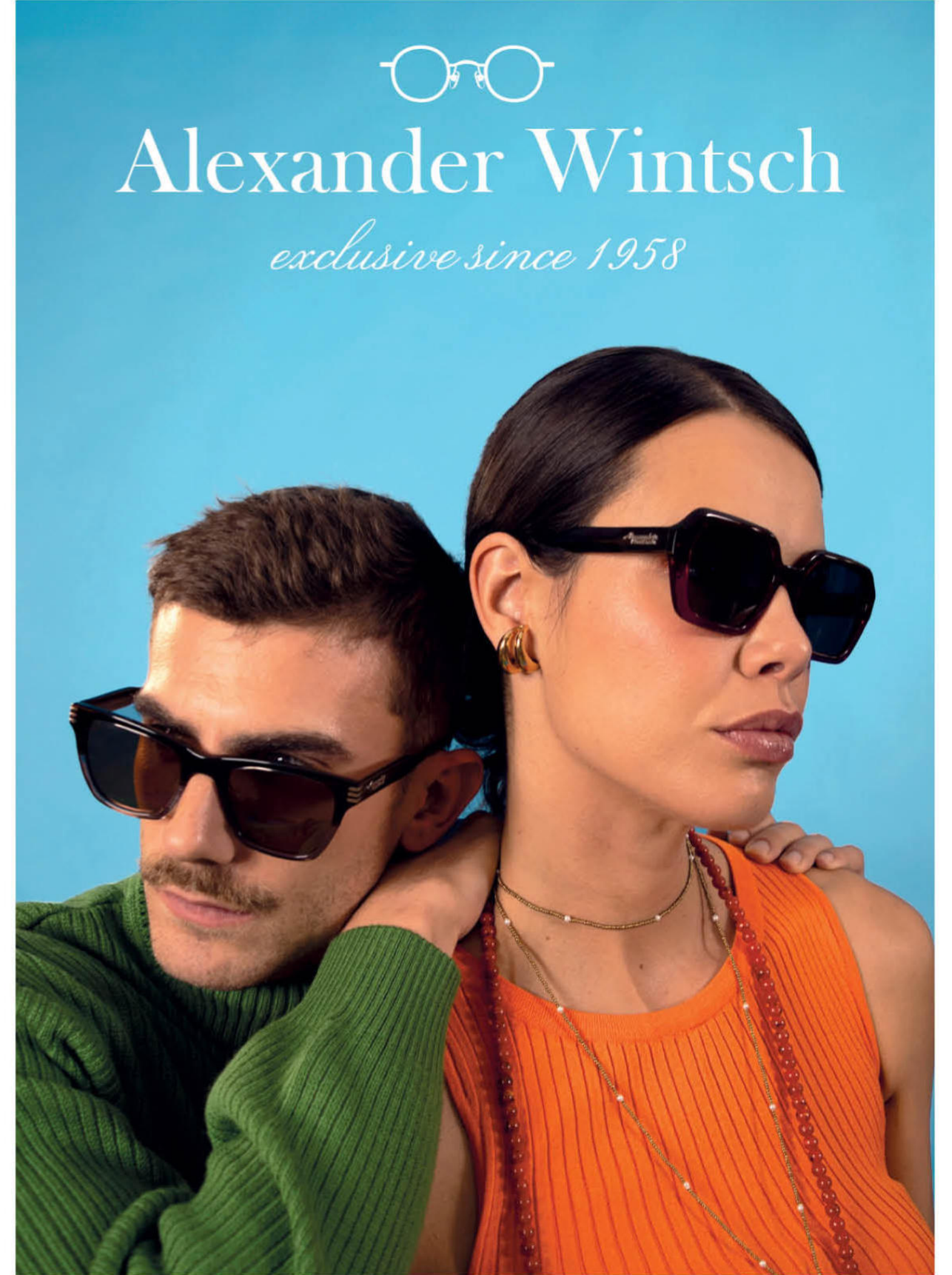
EYEWEAR





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

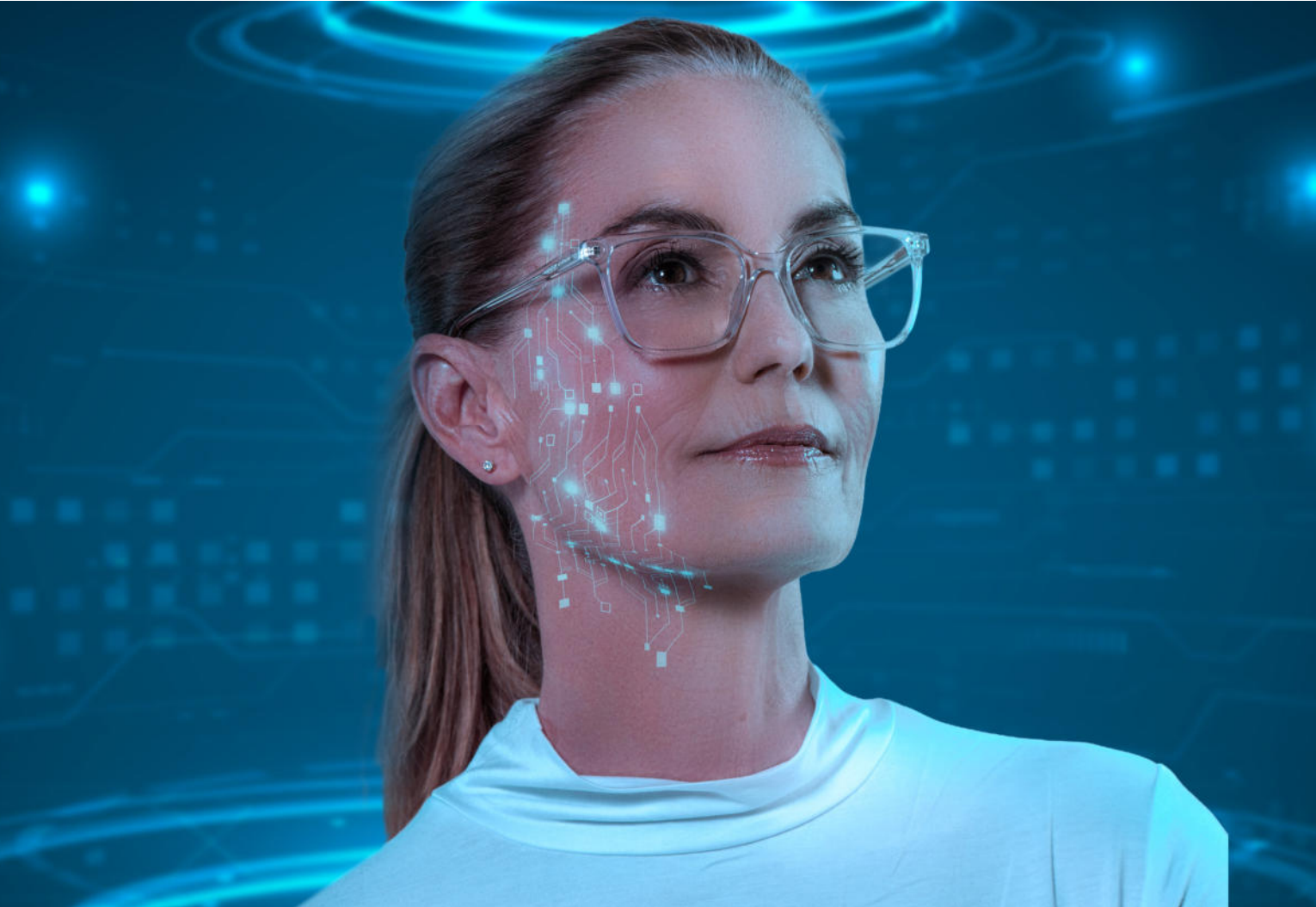
THE SEASON STARTS HERE



25>28
SEPTEMBER 2026
PARIS NORD VILLEPINTE



FUJIPURE NETLİK VE KONFORUN MÜKEMMEL DENGESİ.



ClearSight

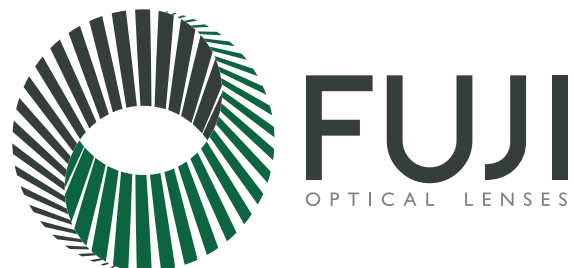


FreeForm

FUJIPURE, kullanıcıya özel tasarlanan tek odaklı cam yapısıyla camın tamamında net ve keskin görüş sunar. Gelişmiş tasarım teknolojisi sayesinde minimum görüntü bozulması, yüksek konfor ve hassas gözler için ideal bir görüş deneyimi sağlar.

Estetikten ödün vermeden geniş çerçeve özgürlüğü sunan FUJIPURE, günlük kullanım için mükemmel bir çözümdür.

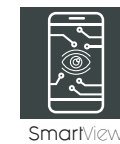
■ Net görüş ■ Hassas gözlere özel konfor ■ Şık tasarım



FUJIRELAX DİJİTAL DÜNYADA GÖZLERİNİZE MOLA.



ClearSight



SmartView



FreeForm

FUJIRELAX, yakın alan desteği sunan, yeni nesil kişiye özel tek odaklı cam tasarımıdır. Günde saatlerce ekran karşısında kalan gözler için geliştirilmiş yapısıyla, göz kaslarının rahatlmasına yardımcı olur ve dijital göz yorgunluğunu azaltır.

Presbiyopi öncesi tüm yaş gruplarına uygun
3 farklı adisyon seçeneği:

• 0.50 Dpt | • 0.75 Dpt | • 1.00 Dpt

■ Daha rahat ■ Daha az yorgun ■ Daha konforlu görüş

FUTURE NOW!

www.fujiopticallenses.com



Morlin Bron
EYEWEAR



SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

ULUSLARARASI OPTİK ve OFTALMOLOJİK ÜRÜNLER FUARI

18 > 21 **KASIM** 2026

İSTANBUL FUAR MERKEZİ | 5-6-7 SALON

GÖZLÜĞE DAİR HER ŞEY

Silhouette



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

İÇİNDEKİLER

ŞUBAT 2026



21

21 Gözde Trend
UNSUIKYO EYEWEAR

51 Yabancı Röportaj
SESTINI

55 Marka Hikayesi
TIFFANY & CO.

93 Toptancı Röportajı
CK GRUP OPTİK

107 Trend
FASET OPTİK GÖZLÜKLER

123 Göz Doktoru
GÖRME SORUNLARI
SADECE GÖZ KAYNAKLI OLMAYABİLİR

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.uluocak@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



51

*Nezgisimzel Trendlerin
Ötesine Geçen Tasarımlar*

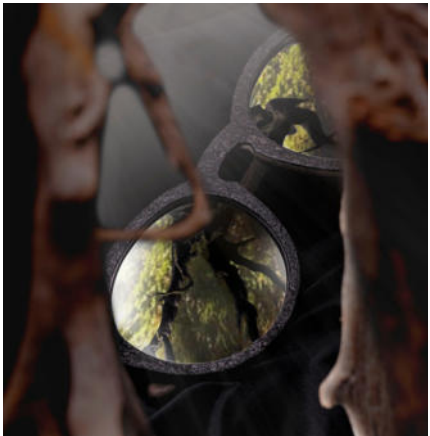


UNSUIKYO®

Doğadan, kültürel sembollerden ve köklü zanaatkarlık geleneğinden ilham alan marka; en yeni ödüllü koleksiyonu Scion ile kullanıcıları dinginliğe davet ediyor.



Hong Kong merkezli gözlük markası Unsuikyo Eyewear, dinginlik, denge ve sessiz güç anlayışıyla yol alıyor. Doğadan, kültürel sembollerden ve köklü zanaatkarlık geleneğinden ilham alan marka; mevsimsel trendlerin ötesindeki vizyonuyla uzun ömür üzerine kurulu tasarımlar sunuyor. Hong Kong kökenli olmasına rağmen, Japon üretim uzmanlığıyla yakın işbirliği içinde çalışan Unsuikyo, rafine mühendisliği düşünülmüş bir estetik anlayışıyla buluşturuyor. Doğal formları ve tarihsel referansları, çağdaş gözlük tasarımına sade ve ölçülü bir dille aktarabilme özelliği ile dikkat çekiyor. Doğadan esinlenen yüzey dokuları, hassas metal detaylar ve geleneksel savaşı kıyafetlerine yapılan incelikli göndermeler, hiçbir zaman abartıya kaçmadan tasarımlara entegre ediliyor. Her koleksiyon, Unsuikyo'nun tasarım felsefesinin merkezinde yer alan sabır, disiplin ve uyum değerlerini yansıtıyor. Shiratani Unsuikyo bölgesinin sakin Japon orman manzaralarından ilham alan Unsuikyo Eyewear, doğayla kurulan bağı derinleştirmeyi amaçlayan el işçiliğiyle üretiliyor. Gözlük tasarımcısı Chan Ho Yin Brian tarafından kurulan marka, klasik ve vintage gözlük formları yorumladığı, sedimenter kaya ve ahşap gibi doğal malzemeleri kullanan ödüllü tasarımlarıyla tanınıyor. Unsuikyo'nun estetik anlayışı nostaljik değil, zamansız bir çizgide konumlanıyor. Konforu, uyumu ve dünyaya bakışta kendine özgü bir yaklaşımı bir arada sunuyor. Ancak doğa, hiçbir zaman sadece yüzeysel bir görsel referans olarak ele alınmıyor.



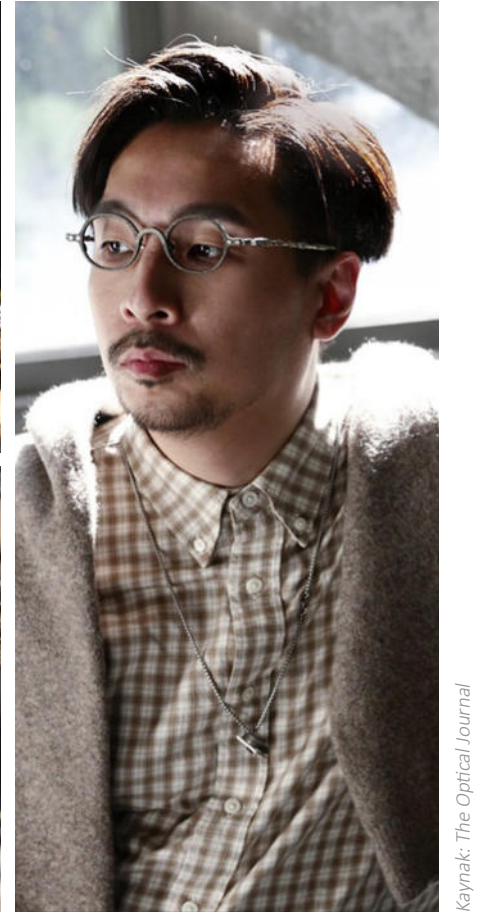
Scion | Oran, Ağırlık & Dokusal Denge

Hız, yenilik ve anlık etki odaklı bir sektörün içinde Unsuikyo'nun en yeni koleksiyonu Scion, bilinçli olarak ters yönde ilerliyor. Koleksiyon, Japonya Yakushima Adası'nın sisli ormanlarında bin yılı aşkın süredir ayakta duran kadim sedir ağacı Jomonsugi'den ilham alıyor. Bu ağacın gücü, zorlayıcı bir dayanıklılıktan değil; sabırdan, uyumdan ve zamana yayılmış bir varoluştan geliyor. Scion koleksiyonu, Jomonsugi'nin sessiz gücünü Japon zanaatkarlığıyla şekillenen çağdaş gözlük tasarımlarına taşıyor. Her parça, yalnızca bir tasarım değil, doğada bulunan kalıcı niteliklerin zarif bir hatırlatıcısı olarak konumlanıyor. Scion, dikkat çekmeye çalışmıyor. Zaman içinde kendini hissettiriyor. Jomonsugi'nin zamana direnen varlığını modern gözlük diline çeviren Unsuikyo,

günümüz optik dünyasında nadir bulunan bir yaklaşım sunuyor. Zamana, ölçülülüğe ve içsel güce değer veren bir koleksiyon ortaya koyuyor. Scion'un kısa süre önce Japan Eyewear Award 2026, Grand Prix ödülüne layık görülmesi de koleksiyonun ölçülü duruşu ve kendinden emin karakteriyle birebir örtüşüyor. Hızla akan bir dünyada Scion, durmayı öneriyor ve kullanıcıyı bu dinginliğe davet ediyor. Scion koleksiyonunda sedirin ruhu; form, doku ve deneyim üzerinden yorumlanıyor. Koleksiyon, gücün kendini ilan etmek zorunda olmadığını hatırlatıyor. Bu güç, malzeme seçimlerinde, incelikli detaylarda ve özenli mühendislikte sessizce var oluyor. Japonya'da üretilen her çerçeve, gündelik hayat içinde kısa bir duraklama anı yaratmak üzere tasarlanıyor. Scion, yüzü domine etmeyi hedeflemiyor. Bunun yerine oran, ağırlık ve dokusal denge yoluyla kullanıcıyı merkezde tutuyor.

Sedir ve Zanaat Arasındaki Diyalog

Scion koleksiyonunun ayırt edici karakteri, sedir kabuğunun katmanlı ve zamanla şekillenmiş yüzeyini yansıtan metal dokularda kendini gösteriyor. Bu dokular yalnızca görsel bir süsleme değil, dokunulduğunda da hissedilmesi amaçlanan ve bilinçli olarak yerleştirilmiş tasarım unsurlarıdır. Bu yüzeylere eşlik eden dekoratif metal pimler ise geçmişte samurayların tören kıyafetlerinde kullanılan metal detaylardan ilham alıyor. Tarihsel olarak iç disiplinin ve sessiz kararlılığın simgesi olan bu unsurlar, Scion modellerinde gösteriştenden uzak bir denge ve duruş ifadesine dönüşüyor. Unsuikyo'nun üç kademeli ayarlanabilir sap ucu sistemi, kişiye özel uyum sağlarken koleksiyonun sakin estetik dilini koruyor. Scion'da bu detaylar, kutsal kabul edilen sedir ağacının temsil ettiği onur ve dinginliği çağrıştıran çağdaş bir sembole dönüşüyor.



Kaynak: The Optical Journal

Hafif malzemeler, titiz mühendislik ve ayarlanabilir sap uçları, doğadan gelen bu ilhamı günlük yaşamda hissedilebilir kılan dengeli bir bütün oluşturuyor. Konfor, burada ikincil bir özellik değil, tasarım felsefesinin ayrılmaz bir parçası olarak ele alınıyor. Tüm bu teknik yenilikler, markanın doğal ve rafine estetik çizgisiyle uyum içinde ilerliyor.

Beş Tasarım, Tek Bir Kalıcı Ruh

Koleksiyondaki her model, sedirin ruhunu farklı bir açıdan yorumlarken aralarındaki genel uyum da başarıyla korunuyor. Scion M1, kadim bir sedir gövdesinin yere sağlam basan silüetini yansıtıyor. Keskin hatlı dikdörtgen çerçevesi ve dokulu metal sapları, yaşlı kabukların derin çizgilerini çağrıştıran dengeli ve kararlı bir duruş sunuyor. Scion M2, sedir dallarının doğasına özgü eğriliklerinden ilham alıyor. Yuvarlatılmış çerçevesi ve ahşap damarını andıran metal köprüsü daha yumuşak

bir ifade yaratırken, metal saplar sedir kabuğunun doğal çizgilerine gönderme yapıyor. Dengeli renk geçişleri ve rafine detayları barındıran M2, aynı zamanda Unsuikyo'ya Japan Eyewear Award 2026, Grand Prix ödülünü kazandıran tasarımıdır. Scion M3, günlük kullanım için tasarlanmış hafif ve rahat profiliyle öne çıkıyor. Hafif panto esintili formu ve ince işlenmiş sap detayları, sedir yaprakları arasından geçen rüzgarın yumuşak hareketini çağrıştıyor. Scion M4, daha geniş yüz ölçülerine uygun yapısıyla sedir köklerinin taşıyıcı gücünden ilham alıyor. Sağlam yapısı ve oyma detayları derinlik ve denge hissi yaratıyor. Scion M5 ise kış aylarında sedir tacından süzülen güneş ışığını yorumluyor. Şeffaf ve biyolojik olarak parçalanabilir çerçevesi, dallar arasından geçen ışığın berraklığını yansıtırken, kartanesini andıran ince dokularla tamamlanıyor. Doğal malzeme kullanılmamasına rağmen M5, formu ve ruhuyla doğayı hatırlatan zarif bir tasarım sunuyor.

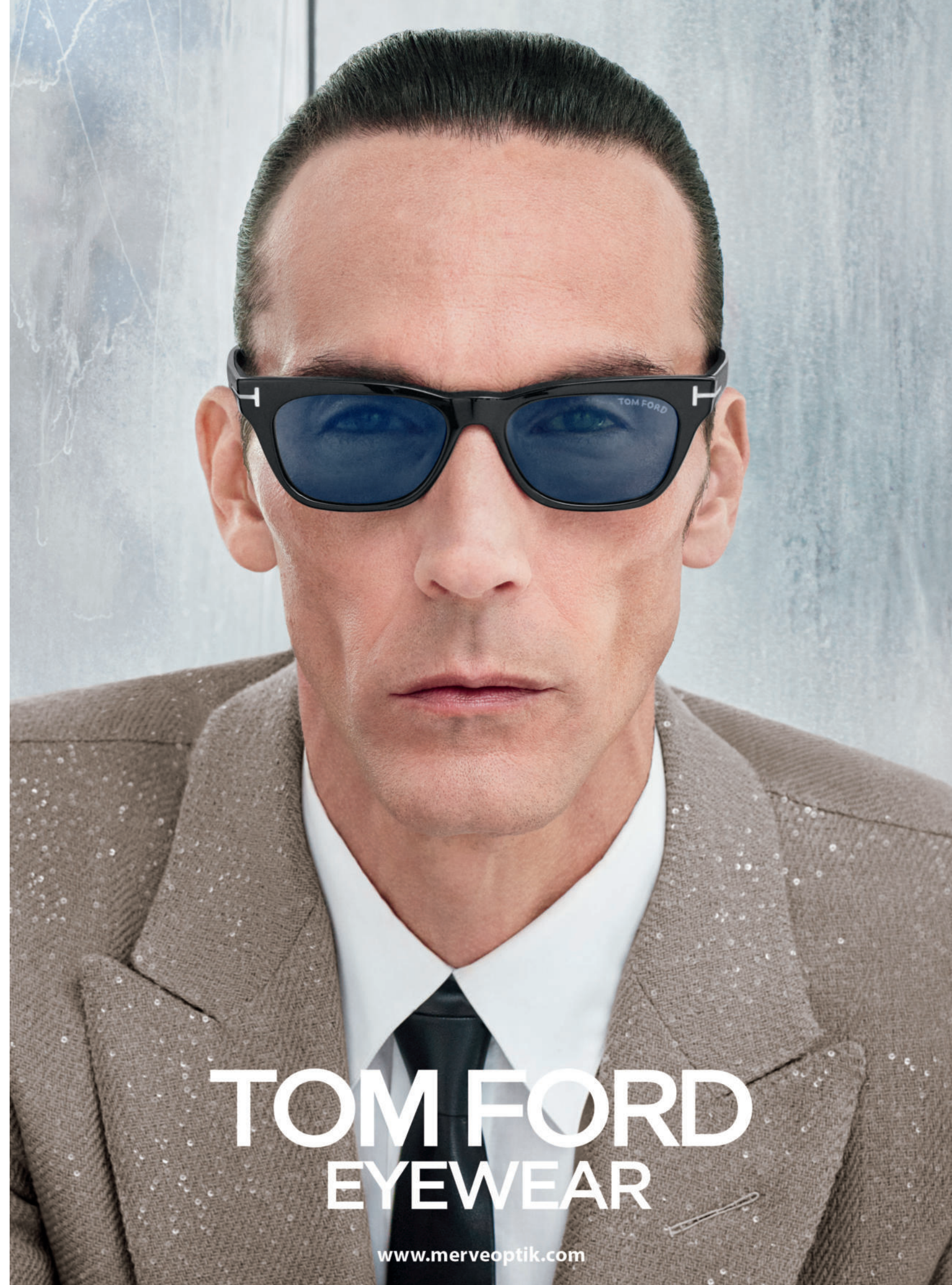


EssiLux'den Çift Haneli Rekor Büyüme

EssilorLuxottica, 2025 yılına ilişkin finansal sonuçlarını açıkladı. Şirketin konsolide geliri, 2024 yılına kıyasla sabit kur üzerinden yüzde 11.2 artışla 28 milyar 491 milyon Euroya ulaştı. 2025'in dördüncü çeyreğinde ise konsolide gelir, geçen yılın aynı dönemine göre sabit kur bazında yüzde 18.4 artarak 7 milyar 600 milyon Euro olarak gerçekleşti. Şirket, güçlü performansı tüm faaliyet alanlarındaki liderlik derinliğine ve paydaşlar ile sektör genelinde sürdürülebilir değer yaratma kapasitesine bağladı. EssilorLuxottica Yönetim Kurulu Başkanı ve Ceo'su Francesco Milleri ile Ceo Yardımcısı Paul du Saillant yaptıkları ortak açıklamada, şirket tarihindeki önemli bir dönüm noktasına dikkat çekti. Sabit kur bazında ilk kez yıllık çift haneli satış büyümesine ulaşıldığını belirten yöneticiler, makroekonomik, jeopolitik belirsizliklere ve ABD tarifelerinin yarattığı baskıya rağmen rekor karlılık elde edildiğini ve inovasyon stratejisine yönelik güçlü yatırımların sürdüğünü ifade etti. Giyilebilir teknolojiler alanındaki başarıların yapay zeka destekli gözlük kategorisini ileri taşıdığını vurgulayan şirket yönetimi, ikonik markaların talep yaratmada önemli rol oynadığını belirtti. Medikal teknoloji, miyopi yönetimi ve odyoloji alanlarındaki atılımların ise EssilorLuxottica'nın farklı alanlardaki liderliğini pekiştirdiği ifade edildi.

Hoffmann & Thierry Lasry'den Yeni Kapsül

Hoffmann Natural Eyewear ile cesur ve heykelsi tasarım diliyle öne çıkan Parisli tasarımcı Thierry Lasry güçlerini birleştirdi. Kapsül koleksiyondaki her çerçeve, Hoffmann'ın onlarca yıllık titiz çalışmayla imzası haline getirdiği gerçek doğal boynuzdan üretildi. Kapsülde Thierry Lasry'nin net, keskin ve tavizsiz modern tasarım dili, doğal boynuzu hem bir tuvale hem de bir heykele dönüştürdü. İşbirliği kapsülü, 4 optik çerçeve ve 2 premium güneş gözlüğü modelinden oluşuyor. Thierry Lasry, "Boynuz gözlük, optik tarihinin en ikonik objelerinden biridir. Zamana meydan okuyan, gerçek bir sanat eseri gibi kalıcı ve değerli bir parçadır. Tasarımlarımı Hoffmann'ın eşsiz uzmanlığıyla bir araya getirmemiz, mutlak zarafet ve lüks anlayışını ortaya koyan bir vizyon sunduğumuz anlamına geliyor" dedi. Hoffmann Natural Ortak Kurucusu Wolfgang Thelen ise "Thierry Lasry, gözlük dünyasında modernite ve sanatsal ifadeyi kendine özgü duruşuyla temsil ediyor. Tasarımları cesur, avangart ve zamansız; gerçek birer tasarım manifestosu niteliği taşıyorlar. Onun kreatif imzası ile zanaatkarlık geleneğimiz ve mükemmeliyet anlayışımızın bu birleşimi, en üst seviyede özgün stil ve ayrıcalığı bir araya getirdi" dedi.



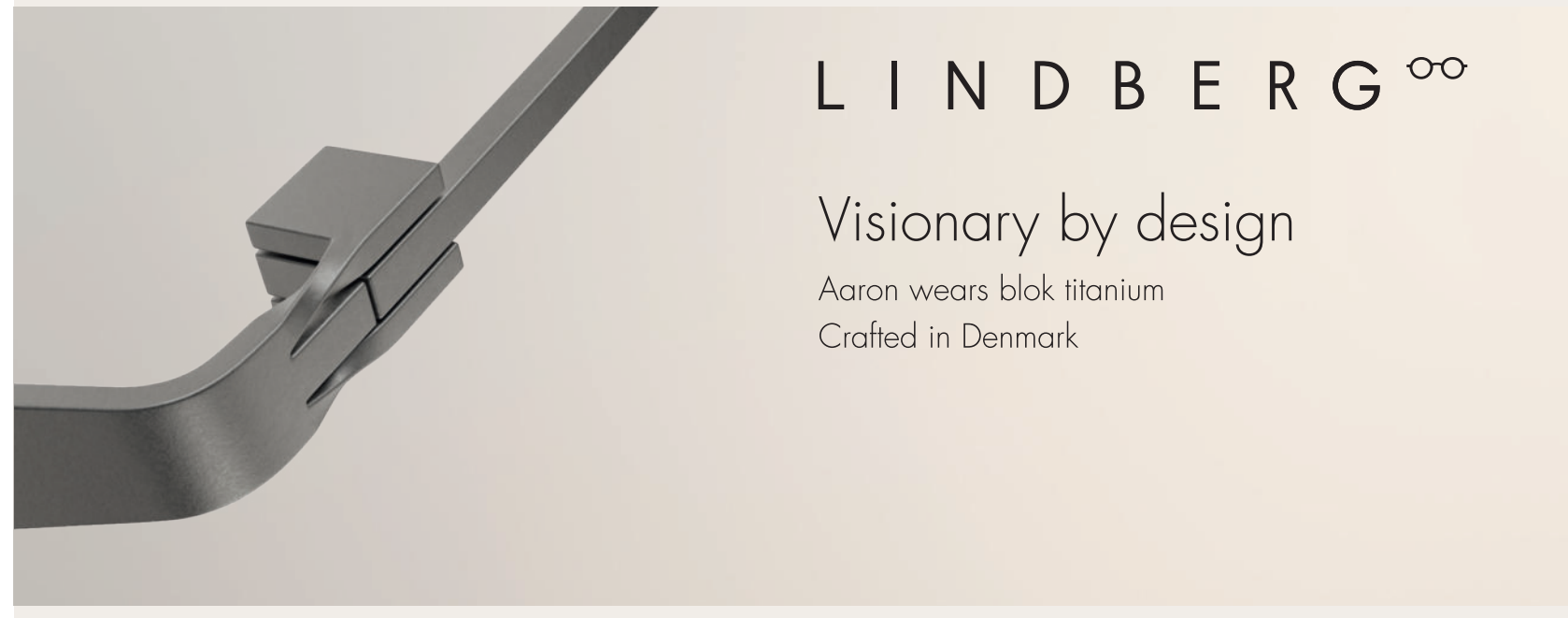


Carrera ve SC18 Ortaklığı

Carrera Eyewear, 1930 yılında kurulan ve kayak dünyası ile Cortina topluluğu için önemli bir referans noktası olan tarihi Sci Club 18 ile sponsorluk anlaşması imzaladığını duyurdu. Carrera Eyewear ve SC18, bu işbirliğiyle kayak pistinde ve pist dışında stil, spor ve özgünlüğü bir araya getiren yeni bir sayfa açıyor. 2026 itibarıyla tasarım ve performansta 70. yılını kutlayan ve güçlü bir inovasyon geçmişine sahip Carrera Eyewear; 1930'dan bu yana yalnızca kayak sporunu değil; kimlik, aidiyet ve dağlara duyulan tutkuyu temsil ederek gerçek bir outdoor kültürünü yaşatan SC18'in ruhunu benimsiyor. Yeni ortaklık kapsamında Carrera ürünleri kulübün faaliyetlerinde aktif rol üstlenecek; marka, sporcuları ve üyeleri desteklerken, ortak görseller ve projeler aracılığıyla spor ile yaşam tarzı arasındaki bağı anlatacak. Carrera koleksiyonları ayrıca SC18'in özel etkinliklerinde de yer alacak. İşbirliği; ortak iletişim çalışmaları, özel içerikler ve sezonun önemli etkinliklerinde görünürlük fırsatlarını da kapsıyor. Amaç, marka ile yerel bölge ve topluluk arasındaki bağı daha da güçlendirmek. Carrera için bu ortaklık, miras ile inovasyonu bir araya getiren yolculukta yeni bir adım; outdoor dünyasına ve sporu özgün haliyle deneyimleme anlayışına bağlılığın güçlenmesi anlamına geliyor.

Rolf'un Yeni Kampanyası Özgünlük

Avusturyalı gözlük markası Rolf Spectacles, yapaylığa değil gerçeğe ve özgünlüğe öncelik verdiği 2026 kampanyasını beğenilere sundu. Rolf, yeni reklam kampanyasında yapay zeka ile üretilmiş görüntülere ve dijital kısa yollar yer vermek yerine sadece gerçek insanlar, gerçek mekanlar ve insan emeği kullandı. Tirol Alpleri'nde dış mekanda çekilen kampanya görselleri, dondurucu ısı ve güçlü rüzgarlar eşliğinde, elle yerleştirilmiş büyük arka planlarla ortaya çıktı. Dramatik manzaraları beklenmedik görsel unsurlarla çarpıştıran kampanya görselleri; Rolf'un ürün geliştirmede inovasyon ve ileri teknolojiye verdiği öneme sürerken, 2026 kampanyası aracılığıyla odağı tekrar insana çevirmesini ideal bir şekilde yansıtıyor. İlerlemenin bir amaca sahip olmadan gerçekleşmeyeceği felsefesiyle hareket eden marka; yeni kampanyasıyla emek, ustalık ve dayanıklılık gibi algoritmaların üretemeyeceği veya optimize edemeyeceği değerleri hatırlatmayı başarıyor. Rolf'un Kurucu Ortağı Christian Wolf, "Görsel kampanyalarımızda yapay zekadan bilinçli olarak uzak durmamız, geleceğe karşı bir başkaldırı değil; özgünlükten yana bir duruştur" yorumunda bulundu.





L'Amy America ve Grosfilley'den Stratejik Adım

L'Amy America, üst segment ürün geliştirme ve lüks marka yönetiminde 60 yılı aşkın deneyime sahip Fransız gözlük üreticisi Grosfilley ile uzun vadeli stratejik bir ortaklık kurduğunu duyurdu. Şirketlerin açıklamasına göre bu işbirliği, geleneksel bir lisans ya da dağıtım anlaşmasının ötesine geçerek ortak büyüme, marka gelişimi ve küresel genişleme odağında uzun soluklu bir taahhüt niteliği taşıyor. Anlaşma kapsamında L'Amy America, Grosfilley'nin Lancel ve Charriol dahil olmak üzere gözlük markalarının Kuzey Amerika'daki dağıtım ortağı olacak. Aynı zamanda L'Amy markaları için Fransa ve Avrupa pazarlarında karşılıklı işbirliği ve büyüme fırsatları da oluşturulacak. Bu çerçevede L'Amy America, satış organizasyonu, dağıtım altyapısı ve Kuzey Amerika optik pazarına ilişkin uzmanlığını Grosfilley'nin lüks markalarının büyümesini desteklemek için kullanacak. İşbirliği ayrıca seçili L'Amy markalarının Fransa'da yeni fırsatlara erişmesi için bir zemin hazırlıyor. L'Amy America Başkanı ve Ceo'su Stephen Rappoport, "Grosfilley ile ortaklık kurmak, bizim için stratejik bir ileri adımdır. Bu anlaşma, Kuzey Amerika'daki lüks portföyümüzü ikonik Avrupa markalarıyla genişletmemizi sağlarken, aynı zamanda Fransa ve ötesinde karşılıklı fırsatların da kapısını aralıyor" dedi.

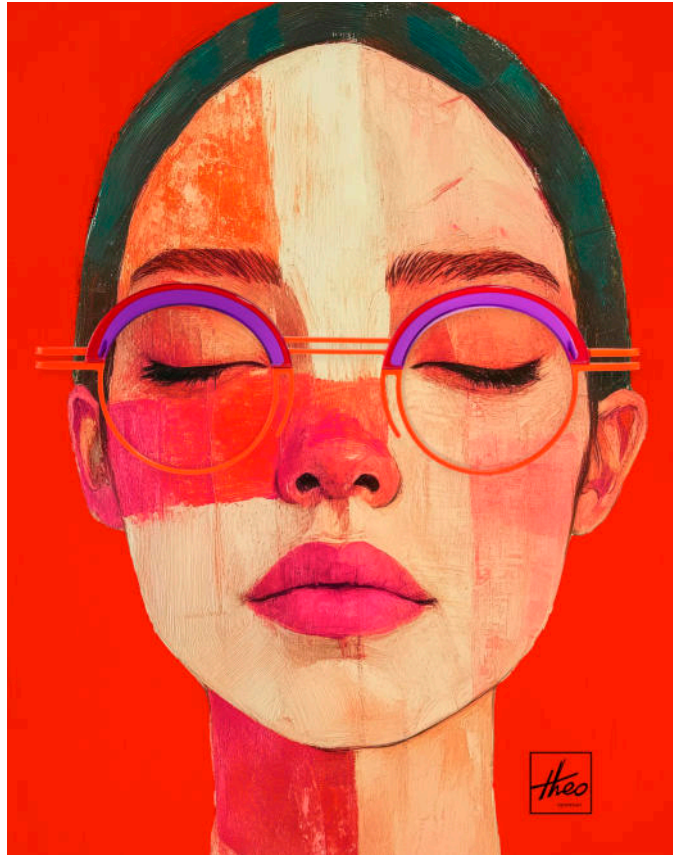


McGee Group ve Vera Bradley Lisans Yeniledi

McGee Group, Amerikan çanta, valiz ve yaşam tarzı markası Vera Bradley ile olan özel global lisans anlaşmasını yenilediğini duyurdu. Yapılan açıklamaya göre, 2005 yılında başlayan işbirliği yenileme ile 2030'lu yıllara kadar geçerli olacak. McGee Group'un Ceo Yardımcısı Matt McGee, "Son 20 yılda Vera Bradley ile kurduğumuz ortaklıktan inanılmaz derecede gurur duyuyoruz. Bu işbirliği, paylaştığımız ortak değerler ve samimiyet üzerine kuruludur. Marka Kurucusu Barbara Bradley Baekgaard ve tüm Vera Bradley ekibine minnettarız. Bu yolculuğu birlikte sürdürmeye ve Vera Bradley gözlük koleksiyonunu önümüzdeki yıllarda daha da genişletmeye sabırsızlanıyoruz" dedi. Vera Bradley'nin Marka Sorumlusu Melinda Paraie ise, "Uzun süredir devam eden bu ortaklık, müşterilerimize şık ve kaliteli gözlük koleksiyonları sunuyor ve bu işbirliğini önümüzdeki on yıl boyunca sürdürecektir olmaktan mutluluk duyuyoruz. McGee Group, yıllar boyunca Vera Bradley'nin imza desenlerinin, renklerinin ve ruhunun gözlüklerde hayat bulmasına yardımcı oldu ve bu yenilemeyle ürün portföyümüzü daha da genişletmeyi dört gözle bekliyoruz" ifadelerini kullandı.

Theo Makyajdan İlham Alıyor

Theo, makyaj sanatının yüz hatlarını ve bakışları vurgulama gücünden ilham aldığı yeni koleksiyonunu beğenilere sundu. Tıpkı makyaj gibi gözlükleri de bir ifade aracı olarak yorumlayan Theo'nun yeni çerçeveleri; yüz hatlarına ince bir tanım kazandırırken, yüzü ele geçirmiyor veya baskın hale gelmiyor. Titanyum ve asetat kullanılarak üretilen koleksiyon; hassasiyet ve hafifliği, sıcaklık ve dokunun katmanlarıyla birleştirerek kullanıcılara maksimum ifade gücü sunuyor. Görsel katmanlarla inşa edilen 5 çerçevenin her biri, cesur tasarım çizgileriyle yumuşak detaylar arasında etkileşim yaratırken, renkler ifadenin bütünlüğü için önemli bir işlev görüyor. Makyajın katmanları gibi şekillendirilen tasarımlar; Theo'ya özgü eğlenceli, beklenmedik ve ifade dolu olan dokunuşlarla tamamlanmış. Koleksiyonda, yuvarlak, kedigözü, panto, köşeleri yuvarlatılmış modifiye kare ve geometrik çizgileri içeren formlar tercih edilmiş. Theo, renk kontrastları için yüzü canlı gösterirken aşırıya kaçmamayı başarıyor ve yeni tasarımlarını Dna'sına özgü; pembe ve kırmızı, parlak mavi ve sarı, neon yeşil ve kaplumbağa kabuğu veya ton sür ton parlak mavi kombinasyonlarıyla sunuyor.



Hoya'dan Güçlü 2025 Finansal Performans

Hoya, 31 Aralık 2025'te sona eren üçüncü çeyrekte konsolide gelirinin 244.7 milyar Yen seviyesine ulaştığını açıkladı. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11 artışa işaret ederken, sabit kur bazında artış yüzde 8 olarak gerçekleşti. Şirketin vergi öncesi karı 110.8 milyar Yene yükselerek geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 70 artış gösterdi. Sabit kur etkisi dikkate alındığında artış oranı yüzde 68 oldu. Faaliyet karı ise yüzde 12 artışla 74.1 milyar Yene ulaştı; sabit kur bazında artış yüzde 11 olarak açıklandı. Hoya ayrıca 2025'in dördüncü çeyreği ve yıl geneline ilişkin finansal beklentilerini güncelledi. Buna göre 2025 dördüncü çeyrek gelirinin, yıllık bazda yüzde 11 artışla 240.4 milyar Yen olması öngörüldü. 2025 yılının tamamında ise toplam gelirin yüzde 9 artışla 940 milyar Yen seviyesine ulaşması bekleniyor. Şirket, Life Care iş kolunun bu dönemde istikrarlı performans göstermesinin beklendiğini belirtti. Gözlük camları, kontakt lensler ve göz içi lensleri kapsayan Life Care segmentinin üçüncü çeyrek geliri yüzde 9 artışla 151.5 milyar Yene yükseldi. Büyümede gözlük camı satış gelirlerindeki yüzde 11'lik ve kontakt lens satışlarındaki yüzde 4'lük artış etkili oldu.



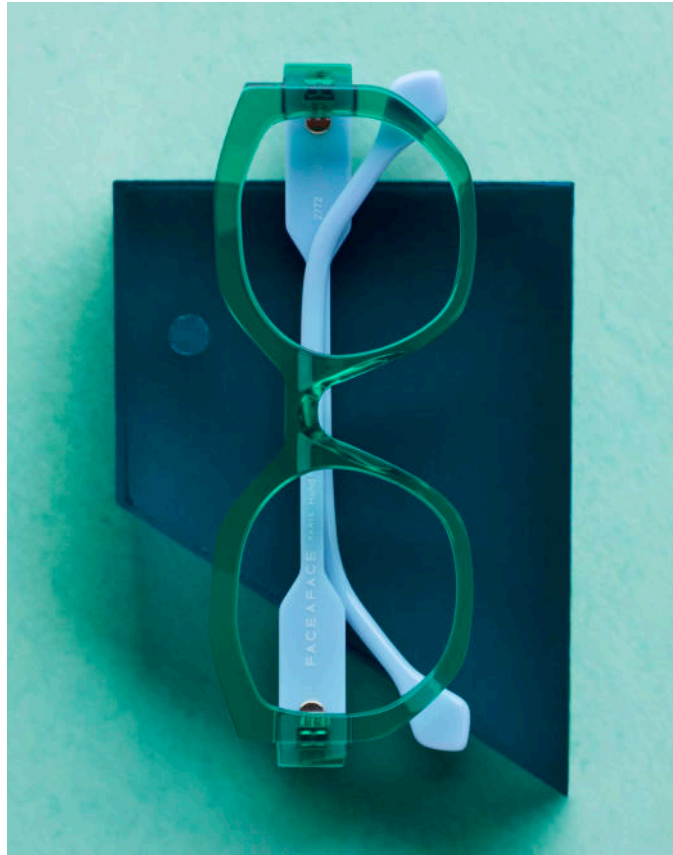


Oliver Peoples, Paul Newman'ı Onurlandırıyor

Oliver Peoples, özel Estate koleksiyonuna efsanevi Hollywood aktörü, yarış pilotu ve hayırsever Paul Newman'dan ilham alan bir optik ve bir güneş modelini eklediğini duyurdu. Marka, performansları kadar zamansız stili, karizması ve çarpıcı mavi gözleriyle de milyonlarca hayran edinmiş Paul Newman'ın sofistikeliğini sembolize eden Paul Newman optik çerçevesini ve Paul Newman güneş gözlüğünü beğenilere sunuyor. Marka, Gregory Peck ve Cary Grant gibi diğer ikonik isimlerden sonra Paul Newman'ın mirasını özenle onurlandırıyor. Sanatçının rahat ve havalı tavrı ile sessiz ancak güçlü özgüvenini zamansız çizgilerle birebir yansıtan çerçeveler sayesinde 2008 yılında kaybettiğimiz ikonik aktör modern modayı etkilemeyi sürdürüyor. Çerçevesi için Paul Newman ile özdeşleşen damla formu tercih eden Oliver Peoples, Paul Newman gözlüklerinin üretimini Japonya'da gerçekleştirdi. İddialı asetat tasarımlar, özel detayları ve güçlü renk paletiyle öne çıkıyor. Modeller, Paul Leonard Newman'ın baş harfleri olan PLN gravürlü metal sap uçları, yarış kaskındaki detaylardan ilham alan özel gravürlü iç telleri ve renk paletinde öne çıkan koyu mavi tonu Newman Blue sayesinde göz kamaştırıyor.

Face à Face En Yenilerini Sundu

Face à Face, keskin çizgi ve açıları, hacim ve kıvrımlarla bir araya getiren 3.0 koleksiyonunu yeni sezon için genişletti. Marka, bu koleksiyonla yalnızca formu değil, gözlüğün ifade gücünü de yeniden tanımlamayı hedefliyor. 2026 İlkbahar/Yaz 3.0 modelleri, güçlü ve renkli bir duruşla dikkat çekerken; feminenliği yumuşak kalıpların dışına taşıyarak keskin, özgüvenli ve tavizsiz bir estetik anlayışıyla yorumluyor. 3.0 serisinin tasarım dili, hacimle çizgi arasındaki gerilimi bilinçli bir kompozisyona dönüştürüyor. Kavisler ile açılar arasındaki çarpışma, modellerde dinamik bir silüet yaratırken; parlak yüzeyler ve net hatlar tasarımlara mimari bir karakter kazandırıyor. Koleksiyona eklenen Minds ve Etto gibi yeni modeller, bu cesur yaklaşımı daha da ileri taşıyor. Heykelsi ve geometrik çerçeveler, beklenmedik renk kombinasyonlarıyla birleşerek güçlü bir görsel etki yaratıyor. Fütüristik yeşilden ultraviyole tonlara, yanık turuncudan kontrast geçişlere uzanan palet, tasarımlara enerjik ve çağdaş bir kimlik kazandırıyor. Özellikle Minds modeli, bir altıgenin içinde dönen başka bir altıgen fikrinden ilham alan çok yüzeyli yapıyla dikkat çekiyor. Işığı farklı açılardan yakalayan bu yapı, çerçeveye hareket hissi kazandırırken üç boyutlu bir derinlik algısı oluşturuyor.



ZEGNA



Henry Jullien, Davos'ta Gündem Oldu

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, Davos'taki Dünya Ekonomik Forumu'nda kullandığı Henry Jullien imzalı aviator güneş gözlüğüyle dünya medyasının odağına yerleşti. Sosyal medyada hızla yayılan görüntüler, Fransız markanın bağlı bulunduğu İtalyan şirketi iVision Tech'in borsadaki hisselerine tek günde yaklaşık yüzde 28 değer kazandırdı. Bu artış, şirketin piyasa değerine milyonlarca dolarlık katkı sağladı. Uzmanlara göre Henry Jullien, Davos sahnesinde ortaya çıkan bu görünüşle, zanaatkarlık ve lüksü küresel etkiyle buluşturan ender markalardan biri olduğunu bir kez daha kanıtladı. iVision Tech'in Başkanı Stefano Fulchir, "Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un Henry Jullien güneş gözlüğümüzü tercih etmesinden büyük onur duydum. 2024 yılında Macron'un ofisi, G20 Zirvesi sırasında diplomatik bir hediye olarak sunulmak üzere Henry Jullien Pacific S 01 Double Gold güneş gözlüğünü satın almak üzere bizimle iletişime geçmişti. O görüşmede Cumhurbaşkanı'nın kendisi için de bu modelimizi talep ettikleri belirtilmişti. Sayın Macron'a gözlüğü hediye olarak göndermeyi teklif ettik ama o bizzat satın almakta ısrar etti. Bu görüşmemizde Cumhurbaşkanı, gözlüğün tamamen Fransa'da üretilmiş olmasına özellikle dikkat etmişti" açıklamasını yaptı.

Press, Caz Ruhundan İlham Alıyor

Press Eyewear, 2026 İlkbahar/Yaz sezonu için en yüksek kalite titanyumdan Japonya'da el işçiliğiyle hazırladığı Carved serisini tanıtıyor. Optik çerçeveler ve güneş stillerini kapsayan Carved, Amerika'nın en özgün müzik mirası olan cazdan ve cazın ikonik isimlerinden ilham alıyor. New York merkezli lüks gözlük markasının karakteristik tasarım dilini yansıtan Carved koleksiyonu; kalitesi, teknik ustalığa ve mühendislik detaylarına gösterilen titiz yaklaşımla öne çıkıyor. Press'in yeni serisi, güçlü tasarım konstrüksiyonları, çarpıcı malzeme birliktelikleri ve dikkat çekici renk kombinasyonları ile iddialı bir duruşu yansıtıyor. Koleksiyonun ilk dört modeli caz tarihinin efsanevi figürleri Miles, Diz, Trane ve Chet'in isimlerini taşıyor. Hem güneş hem optik versiyonlarla sunulan modeller, beş farklı renk seçeneğiyle koleksiyonun enerjisini yansıtıyor. Her çerçeve 4 mm blok titanyumdan üretiliyor ve içe gömülü asetat çerçeve halkalarıyla zenginleştiriliyor. Yüksek malzeme kalitesi sayesinde son derece hafif ve konforlu olan çerçeveler, üç boyutlu yapılarıyla doğal boynuzun estetik zenginliğinden ilham alıyor. Güneş gözlüğü versiyonlarında Zeiss imzalı camlar tercih edilirken, tüm modellerde özel tasarım yaylı menteşeler ve silikon kaplı kişiye özel burun pedleri yer alıyor.



MASUNAGA since 1905



Police x Zac Efron Kapsülü Çıktı

Police, Amerikalı aktör Zac Efron işbirliğiyle ile hazırladığı güneş gözlüklerinden oluşan yeni kapsül koleksiyonunu sundu. Zac Efron x Police özel kapsülünde Acetate Renew malzemesi ve biyolojik bazlı nylon camlarla üretilen Splu82 güneş stili, Police'nin sürdürülebilir ürün anlayışına vurgu yapıyor. Tasarım, sapların dış kısmına yerleştirilen aktörün orijinal imzasıyla kişiselleştirilmiştir. Splu82'yi yeni kapsül koleksiyondaki diğer modellerden farklılaştıran özellik olarak; ön kısmında, ünlü aktör Zac Efron'un çevreye duyarlılığını ve dünya barışı gibi değerlerini simgeleyen ikonik barış sembolünü zimba detayıyla taşıyor oluşu dikkat çekiyor. Splu82'deki tüm ayırt edici unsurlar sap uçlarındaki gotik P logosu tamamlanıyor. Kapsülün öne çıkan diğer modeli Splu84V ise açık hava sporları için özel olarak tasarlandı. Öncü optik inovasyonu dikkat çeken modelin özel Irid® elektronik camları, batarya kullanmadan güneş filtresini anlık ve otomatik olarak ayarlıyor. Dış ışık değiştikçe camları yaklaşık 0.09 saniye içerisinde klasik foto-kromik camlardan 100 kat daha hızlı adapte oluyor. Zac Efron x Police kapsül koleksiyonundaki güneş gözlükleri, yıldızın imzasını taşıyan özel kağıt ambalaj ve geri dönüştürülmüş malzemeden üretilmiş kılıf ile birlikte satışa sunuluyor.

Blackfin Ultra Hafifliğe Odaklanıyor

Titanyum uzmanı Blackfin, 2026 İlkbahar/Yaz kampanyasında ultra hafiflik ve çağdaş ifade yönündeki evrimini yansıtıyor. Kampanyanın görsel dili daha açık ve ferah bir atmosfer sunuyor. Blackfin, bilinçli bir tercihle somut mekanlardan uzaklaşıyor ve özünü tanımlayan; hassasiyet, netlik ve modern duruş değerlerine odaklanıyor. Yeni sezonda Blackfin için hafiflik, yalnızca teknik bir özellik olmaktan çıkarak tasarımın yönlendirici bir ilkesine dönüşüyor. Temiz formlar, sadeleştirilmiş kompozisyonlar ve özenle dengelenmiş oranlar, marka imzası haline gelen mühendislik disipliniyle buluşuyor. Yeni koleksiyonda rafine üç boyutlu yapılar, dokunsal yüzeyler ve Blackfin'in üretim sürecine özgü gravür detayları yer alıyor. Renk ise bu sezon yeni bir rol üstleniyor. Hacimleri yumuşatmak ve görsel ağırlığı azaltmak amacıyla stratejik biçimde kullanılan degrade geçişler, iddialı silüetlere dahi hafif ve zarif bir ifade kazandırıyor. Yeni sezonda Blackfin One serisi, daha keskin hatlar, dinamik açılar ve dairesel yumuşaklık ile kare kesinliği arasındaki gerilimi araştıran güçlü yeni makro formlarla sunuluyor. Markaya yapısal hafiflik kavramını ilk kez kazandıran minimalist seri Blackfin Pacific ise çağdaş formlar ve üst düzey yüzey bitişleriyle genişliyor.



RODENSTOCK MYCON™

MİYOPİYİ DÜZELTİR VE İLERLEMESİNİ YAVAŞLATABİLİR.
SAĞLIKLI GÖRÜŞ, MUTLU ÇOCUK



R
RODENSTOCK
Because every eye is different



Ørgreen'den Yeni Twenty-Six Rolls Kampanyası

Ørgreen Optics, 2026 İlkbahar/Yaz sezonu için hassasiyet, yaratıcılık ve bilinçli tasarımı odağına alan Twenty-Six Rolls kampanyasını tanıtıyor. Koleksiyonun çekimleri sırasında kullanılan film rulosu sayısından ilham alan Ørgreen, kampanyasında düşünülmüş tasarım anlayışına ve bireyselliğe verdiği önemi yansıtıyor. Yeni sezonda markanın Sheet Titanium serisi, zarif oranlara ve temiz çizgilere yeniden dönüyor. Yeni eklentiler, daha ince profiller, hafif yapılar ve hacmi bir miktar artırılmış net geometrilerle öne çıkıyor. Quantum High ise heykelsi ve üç boyutlu formları keşfediyor. Minimal titanyum saplar güçlü yüzeylerle kusursuz biçimde bütünleşiyor. Markanın asetat grubu daha sıcak ve çağdaş bir enerji sunuyor. Yumuşak renk geçişleri ve akıcı çizgiler, 1970'lerin özgüvenli ruhunu günümüz estetiğiyle yorumluyor. Temiz geometriler ve derin üç boyutlu halka detaylara sahip ve optik çerçevelerden güneş modellerine akıcı geçiş sağlayan Imaginary Lines serisi de yeni sezonda çok yönlü modellerle genişliyor. Asetat ve titanyumu birleştiren Acetate Cut serisine yeni eklenen tasarımlar ise derinlik ve renk barındıran keskin silüetler sunuyor. Twenty-Six Rolls ile Ørgreen, her yeni modelinin karakter, sofistikasyon ve zahmetsiz bir özgüven duygusu taşıdığını gözler önüne seriyor.

Safilo Group 2025 Ön Sonuçlarını Duyurdu

Safilo Group, 31 Aralık 2025'te sona eren mali yıla ilişkin ön sonuçlarını duyurdu. Şirket, 2025 yılı toplam satışlarının sabit kur bazında yüzde 1.8 artışla 983,4 milyon Euroya ulaştığını açıkladı. Dördüncü çeyrekte ise satışlar, 2024'ün aynı dönemine kıyasla sabit kur bazında yüzde 0.4 artış gösterdi. Cari kur üzerinden bakıldığında ise satışlar yıl genelinde yüzde 1, çeyrek bazında ise yüzde 4.6 geriledi. Şirket, bu düşüşte ABD Dolarının yıl boyunca Euro karşısında zayıflamasının etkili olduğunu belirtti. Safilo, dördüncü çeyrek ön satışlarını 225 milyon Euro olarak açıkladı. Safilo Group 2025 yılı genelinde bölgeler arasında farklılaşan sonuçlar açıkladı. Kuzey Amerika ve Avrupa sabit kur bazında büyüme kaydetti. Kuzey Amerika yüzde 1.8 artış gösterirken cari kurla yüzde 2.6 geriledi. Avrupa ise sabit kur bazında yüzde 2.7, cari kurla yüzde 2.3 büyüdü. Asya Pasifik bölgesi en güçlü performansı sergileyerek sabit kur bazında yüzde 4.8, cari kurla yüzde 1.3 artış kaydetti. Dünya geneli diğer pazarlarda ise çeyreklik toparlanma görüldü; satışlar sabit kur bazında yüzde 3.9, cari kurla yüzde 0.1 artış gösterdi.



GUESS

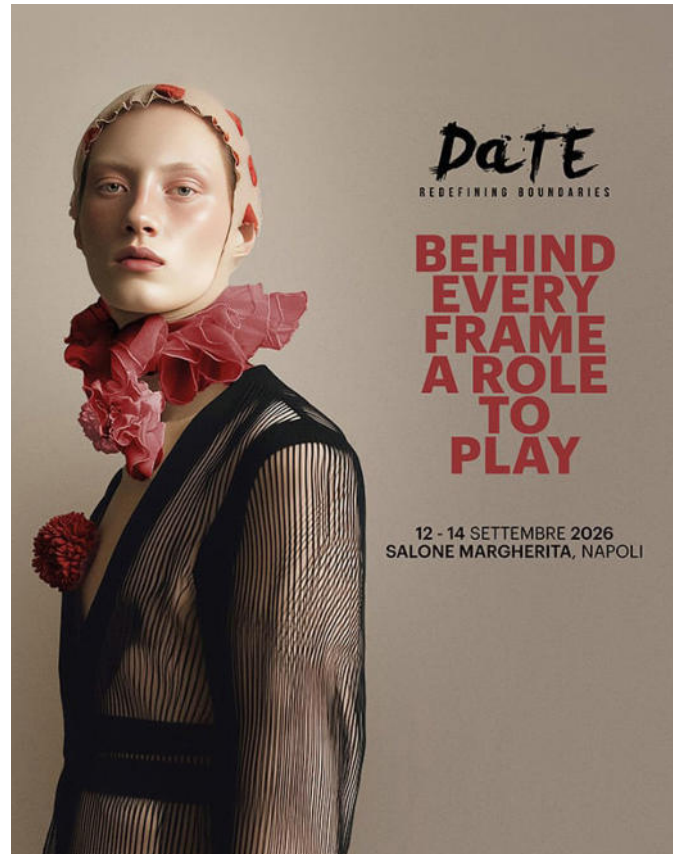


Lacoste'un Yeni Yüzü Adrien Brody Oldu

Fransız moda markası Lacoste, gözlük koleksiyonunun global yüzü olarak Oscar ödüllü oyuncu Adrien Brody ile uzun soluklu bir işbirliğine imza attığını duyurdu. Lacoste ile Brody arasındaki ilişki markanın 2012 yılı Unconventional Chic kampanyasına dayanıyor. Aradan geçen yıllarda Brody, markanın defile ve etkinliklerinde yer alarak Lacoste ile başını sürdürdü. Yeni anlaşmayla bu ilişki, global gözlük elçiliği seviyesine taşındı. Lacoste, işbirliğinin markanın mirası ile çağdaş stil anlayışı arasındaki konumunu güçlendirdiğini belirtti. İki Oscar ödüllü Adrien Brody, 2002 yılında The Pianist filmindeki performansı ile En İyi Erkek Oyuncu ödülünü kazanarak bu ödül alan en genç aktör olmuştu. Oyuncu, Lacoste gözlük kampanyasının global elçisi olmaktan onur duyduğunu belirterek markanın stil, özgünlük ve zanaatkarlık değerlerini temsil etmekten mutluluk duyduğunu açıkladı. Yeni kampanyada sanatçının taşıdığı güneş gözlüğü modeli, Lacoste'un ikonik kodlarını modern bir tasarım anlayışıyla yeniden yorumluyor. Geometrik çerçeve formu, hafif ve biyolojik bazlı enjeksiyon ön yüz ile konfor sağlıyor. Asetat saplar, ince işlenmiş metal çekirdek ile güçlendirilerek dayanıklılık sunuyor. Metal timsah logosu zamansız bir imza niteliği taşıırken, markanın ayırt edici kimliğini vurguluyor.

Date 2026 Napoli'de Gerçekleşecek

İtalyan avangart gözlük fuarı Date, yeni edisyonun 'Behind Every Frame a Role to Play' kampanyasını Mido 2026 kapsamında tanıttı. Tanıtımda, Date'nin her yıl farklı bir şehirde düzenlenen gezici fuar olma özelliğini sürdüreceği ve 2026 edisyonunun Napoli'deki tarihi lokasyon Salone Margherita'da 12-14 Eylül'de gerçekleştirileceği duyuruldu. Date Başkanı Davide Degl'Incerti Tocci, "Yeni edisyonda zamansız zarafeti ve büyüyle; gözlemlenen, büyütülen ve yansıtılan bir şehir olan Napoli sahnenin merkezine yerleşti. Dikkati dağıtan unsurlardan arındırılmış minimal bir kompozisyonla, tüm ziyaretçileri şehrin özüne ve görmenin değerine odaklanmaya davet ediyoruz" dedi. Date'nin 2026 kampanyası, Studio Cavaletti+Pagliariccio'dan tasarımcı Francesco Pagliariccio küratörlüğünde kurgulandı. Kampanya, fuarı yalnızca iş odaklı bir organizasyon olarak değil, gözlüğün kültürel ve ifade gücünü öne çıkaran bir deneyim olarak konumlandırıyor. Kampanya ismi ise her gözlüğün kimlik, ruh hali ve ilişkileri ifade eden bir araç olduğu fikrini vurgularken; teatral ilhamını etkinliğin düzenleneceği tarihi mekandan alıyor. Organizasyon, fuar deneyimini sergi alanının ötesine taşıyarak katılımcılarla hem Date hem de Napoli arasında daha derin bir bağ kurmayı amaçladığını vurguladı.



WIDR®

GÖZLÜK CAMI TEKNOLOJİSİ

Her durumda dinamik görüş için geliştirilen 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



Silhouette x Bilbao Müzesi İşbirliği

Silhouette, İspanya'daki modern sanat müzesi Guggenheim Bilbao Müzesi ile üç yıllık işbirliği anlaşması imzalayarak, yeni kampanyasını sundu. Mimarlık ile gözlük tasarımı arasındaki ortak değerleri vurgulayan işbirliği, ünlü mimar Frank Gehry'nin tasarladığı titanyumla kaplı bu ikonik müzede çekildi. Titanyum ustalığıyla özdeşleşen Silhouette, en yeni Refined ve Titanium Reframed koleksiyonlarını Bilbao'nun muazzam mimari atmosferinde sundu. Avusturya merkezli markanın ileri titanyum mühendisliğini heykelsi bir tasarım anlayışına dönüştüren Refined koleksiyonu; saf çizgiler, akıcı geçişler ve mimari denge duygusu ile tanımlanıyor. Ultra hafif titanyum çerçeveler üstün esneklik, dayanıklılık ve konfor sunarken; özenle şekillendirilen sap ve köprü tasarımları uzun süreli stabilite sağlıyor. Gehry mimarisini tanımlayan ışık, hareket ve form etkileşiminden ilham alan Refined serisi, Silhouette'in altmış yıla yaklaşan inovasyon birikimini yansıtıyor. Titanium Reframed ise titanyumu keskin geometri ve modern bir berraklık anlayışıyla yeniden yorumluyor. Ultra ince titanyum levhalardan lazer kesimle üretilen her model, ön kısımdan saplara kadar kesintisiz bir akış sergiliyor. Yeni geliştirilen köprü tasarımı ve markanın imzası niteliğindeki snap hinge mekanizmasıyla yapı güçlendiriliyor.

Cazal Yeni Serisi Era360°'i Tanıttı

Cazal, yeni koleksiyonu Era360°'yi aynı isimli kampanyasıyla tanıtıyor. Gözlük tasarımında yeni bir dönemin kapılarını aralayan marka; yeni koleksiyonunu hassasiyet, derinlik ve güçlü bir varlık hissi üzerine kurarak, bütüncül bir tasarım yaklaşımını merkeze alıyor. Seride her açı, her yüzey ve her detay, tekil bir unsurdan ziyade bütünün ayrılmaz bir parçası olarak ele alınıyor. Heykelsi yüzeyler, üç boyutlu yapılar ve incelikle işlenmiş dekoratif çizgiler, Cazal'ın karakteristik tasarım dilini tüm yönleriyle görünür kılıyor. Cazal'ın bu yaklaşımının merkezinde zanaatkarlık yer alıyor. Her yeni çerçeve, özel tasarım vidalardan rafine titanyum burun pedlerine kadar en küçük bileşenine dek mühendislik hassasiyetiyle geliştiriliyor. Koleksiyonun kampanyasında öne çıkan yeni tasarım Mod777, üç farklı renk seçeneğiyle sunuluyor. Modelin değişen ışık koşullarına uyum sağlayan fotokromik camlı versiyonları da bulunuyor. Era360° koleksiyonundaki her model, bireysel olarak numaralandırılıyor ve kayıt altına alınıyor. Cazal Eyewear'ın bu sistemi, doğrulanabilir özgünlük, koleksiyon değeri ve uzatılmış garanti avantajlarını beraberinde getirirken, tasarımlar sertifikasıyla birlikte özel ambalajla sunuluyor.



ZEUS+ΔIONE

HELLAS



Tree Spectacles'dan Ayra için Yeni Bölüm

Tree Spectacles, Ayra Part 2 koleksiyonunu sundu. İtalyan marka minimalist tasarım anlayışını derinleştirdiği Ayra serisinin ikinci bölümüyle, ultra hafiflik odaklı olmayı sürdürüyor. Moda, sanat ve tasarım dünyasından ilham alan koleksiyon; Tree Spectacles'in imza niteliği taşıyan minimal estetiği ve vizyonu doğrultusunda her unsurun hafifliği, ışığın materyaldeki gücü gibi belirli noktaları yeniden yorumluyor. 10 modelden oluşan Ayra Part 2 koleksiyonu; sadeleştirilmiş temiz formları, yumuşak çizgileri, şeffaflıkları ve doygunluğu azaltılmış renkleri öne çıkaran, zarif ve estetik bir bütünlük sunuyor. Tree Spectacles, Ayra Part 2 ile iddia etmek yerine öneriyor; benzersiz bakışlara alan bırakırken kullanıcının kişiliğiyle doğal bir uyum içinde bütünleşiyor. Markanın Kurucu Ortağı Marco Barp, "Yeni Ayra koleksiyonu, yoğun bir araştırmanın sonucudur. Kendimiz için neyin işe yaradığına ve kimliğimizi en iyi yansıtan unsurlara odaklanıp; tutarlılık, ölçülülük ve özgünlükle birleştirdik ve son derece çağdaş, zarif ve elbette satışa uygun bir koleksiyon hazırladık. Tree Spectacles'in en güncel ve en derin ifade biçimi bu koleksiyonla ortaya çıkıyor" dedi.

Vsp Vision'da Önemli Atama

Vsp Vision, Nicola Zotta'nın Eyewear Başkanı ve hem Marchon Eyewear hem de Marcolin'in Genel Müdürü olarak atandığını duyurdu. Nicola Zotta, geçtiğimiz ay Marcolin'i de bünyesine katan Vsp Vision'da iki küresel gözlük devinin entegrasyon sürecine liderlik edecek. Nicola Zotta, Haziran 2020'den bu yana Marcolin'de Ceo ve Genel Müdür olarak görev yapan Fabrizio Curci'nin yerine geçiyor. Curci önümüzdeki aylarda danışman olarak destek vermeyi sürdürecektir. Vsp Vision Başkanı ve Ceo'su Michael Guyette'e bağlı olarak görev yapacak olan Nicola Zotta, 2022'den bu yana Ceo'luğunu üstlendiği Artsana Group'tan ayrılarak Vsp Vision'a katılıyor. 2016–2022 yılları arasında Marchon Başkanı olarak görev yapan Zotta, kariyerinin daha önceki dönemlerinde Safilo Group'ta da üst düzey pozisyonlarda bulundu. Thomas Burkhardt ise 2022 yılından bu yana sürdürdüğü Marchon Başkanlığı görevinden ayrılma kararı aldı. Burkhardt, bundan sonraki süreçte Marcolin ve Marchon'un marka portföylerinin entegrasyonuna odaklanarak Nicola Zotta'ya danışman olarak destek vermeye devam edecek.



JOOP!
EYEWEAR



ic! berlin, Audi F1 Takımına F1 Sponsor Oldu

Marcolin bünyesinde faaliyet gösteren ic! berlin, Audi Revolut F1 Takımı ile yeni bir işbirliğine imza atarak takımın resmi gözlük partneri olduğunu duyurdu. Yapılan açıklamada, iki kurumun hassas mühendislik, fonksiyonel tasarım ve modern estetik anlayışı etrafında birleştiği belirtildi. İşbirliğinin; inovasyonun amaca yönelik olduğu, tasarımın minimal bir yaklaşım benimsediği ve her detayın belirli bir işleve hizmet ettiği ortak bir performans anlayışına dayandığı ifade edildi. Resmi gözlük partneri olarak ic! berlin, Audi Revolut F1 Takımını hem pistte hem de pist dışında destekleyecek. Ortaklık, ic! berlin'in 30'uncu yılını kutladığı döneme denk geliyor. ic! berlin'e göre bu adım, form ve fonksiyonun ayrılmaz olduğu iki markayı bir araya getiriyor. Formula 1'de performansın yalnızca araç tasarımından ibaret olmadığı; odak, hassasiyet ve özgüven gibi unsurları da kapsadığı vurgulandı. Bu değerlerin ic! berlin'in temel prensipleri ve ürün tasarım yaklaşımıyla örtüştüğü belirtildi. Marcolin Group ise işbirliğinin, tasarım kültürü, üst segment performans ve küresel görünürlük kesişimindeki konumlarını güçlendirdiğini açıkladı. Anlaşmanın, Audi Revolut F1 Takımının sunduğu global görünürlük ve iletişim platformu sayesinde ic! berlin'in uluslararası erişimini daha da artırması hedefleniyor.



Kering, Yıl Sonu Mali Raporunu Açıkladı

Kering Eyewear, 2025 yılı dördüncü çeyrek ve yıllık toplam gelirlerini açıkladı. Kering Group bünyesindeki lüks gözlük şirketi 2025 yılının toplam gelirinin 2024'ün aynı dönemine kıyasla yüzde 1 artış gösterdiğini açıkladı. Kering Group'un mali toplantısında paylaşılan verilere göre, Kering Eyewear ve kurumsal segmentin toplam geliri 2025 yılı için karşılaştırılabilir bazda yüzde 3 artışla 1.6 milyar Euroya ulaştı. 2025'in dördüncü çeyreğinde Kering Eyewear satışları 319 milyon Euro olarak gerçekleşti. Açıklanan verilere göre bu rakam, bildirilen bazda yüzde 2 düşüşe işaret ederken, karşılaştırılabilir bazda yüzde 3 artış gösterdi. Şirket, Maui Jim markasının yeni pazarlardaki gelişimine yönelik yatırımların yıl geneli büyümeye katkı sağladığını belirtti. Kering Eyewear'ın 2025 yılı tekrar eden faaliyet karı 252 milyon Euro olurken, tekrar eden faaliyet kar marjı yüzde 15.8 seviyesinde gerçekleşti. Kering Group genelinde ise 2025 yılı toplam geliri 14.7 milyar Euro olarak açıklandı. Bu rakam bildirilen bazda yüzde 13, karşılaştırılabilir bazda ise yüzde 10 düşüşe işaret etti. Kering Group'un dördüncü çeyrek geliri bildirilen bazda yüzde 9, karşılaştırılabilir bazda yüzde 3 geriledi.

Mondottica B Corp Sertifikası Aldı

Mondottica Group, sürdürülebilirlik taahhüdünü bir adım daha ileri taşıyarak B Corporation (B Corp) statüsünü kazandı. B Lab tarafından verilen bu sertifika, kar amacı güden bir kuruluşun sosyal ve çevresel performans, hesap verebilirlik ve şeffaflık konularında yüksek standartları karşıladığını gösteriyor. Şirket, uluslararası iş operasyonlarının her yönünü kapsayan 258 soruluk kapsamlı bir değerlendirme sürecinin ardından bu statüyü elde etti. Mondottica'nın Genel Müdürü Ben Whitaker, "B Corp sertifikası, Mondottica için önemli bir stratejik kilometre taşıdır ve operasyonlarımız ile işbirliklerimizde sorumlu ve insan odaklı uygulamaları gerçekleştirme sözümüzü pekiştiriyor. B Corp, işimizi büyütürken sosyal ve çevresel etkilerimizi bilinçli ve ölçülebilir bir şekilde artırmamıza olanak sağlayan net bir çerçeve sunuyor. Önümüzdeki dönemde, organizasyon genelinde ilerlemeyi hızlandırmayı, marka ortaklarımızla yakın çalışmayı ve ekiplerimizi yüksek performanslı, amaç odaklı ve geleceğe dirençli bir iş kurlmaları için güçlendirmeyi taahhüt ediyoruz. Mondottica çalışanları ve değerli müşterilerimiz, sürdürülebilir iş süreçlerimizi sürdürmek ve geliştirmek için temel odak noktalarımızdır" dedi.



Opti 2026 Başarıyla Tamamlandı

Opti 2026, uluslararası optik sektörünün yılın ilk buluşma noktası olma rolünü bir kez daha gerçekleştirdi. Münih'te düzenlenen fuar, 2025'e kıyasla yüzde 4'ün üzerinde artışla 21 bin 972 sektör profesyoneli ağırladı. Uluslararası ziyaretçi sayısı yüzde 5'in üzerinde yükselirken, katılımcı firma sayısı da yıllık bazda yüzde 7'den fazla artarak 354'e ulaştı. Bu veriler, sektörün büyüme iştahını ve pozitif görünümünü ortaya koydu. Üç gün boyunca Opti, networking, stratejik planlama ve iş geliştirme açısından önemli bir merkez konumunda yer aldı. Ziyaretçiler tarafından ilgi gören bölümler arasında işitme akustiğine odaklanan Opti Spheare, kontakt lens ve spor temalı Tomorrow Vision ile tasarım uzmanlığını ve trendleri sahneye taşıyan Opti Design Stage öne çıktı. Opti Frame Awards da tasarım alanındaki yenilikçi çalışmaları ön plana çıkardı. Genç profesyoneller ve girişimciler ise Next Generation Hub, Next Gen Tours ve My Own Business gibi eğitim ve danışmanlık oturumlarıyla desteklendi. Artan uluslararası erişimi, yüksek nitelikli profesyonel diyalogu ve pozitif atmosferiyle Opti 2026, sektör için yılın geri kalanına güven veren bir başlangıç sundu. Bir sonraki Opti fuarı, 29–31 Ocak 2027 tarihleri arasında Münih'te gerçekleştirilecek.





Mykita, Tritan Renew Kullanım Alanını Genişletti

Mykita, çevre dostu malzeme tedarikine olan bağlılığını güçlendirerek tüm optik demo camlarını Eastman Tritan Renew ile malzemesiyle donatacağını açıkladı. Nisan 2026 itibarıyla tüm yeni Mykita ürün sevkیاتlarında bu geri dönüştürülmüş malzemeyle bağlantılı demo camlar kullanılacak. Optik çerçeveler Mykita iş hacminin büyük bölümünü oluşturduğundan, demo camlar şirketin tekil bazda en büyük cam alım kalemini temsil ediyor. Mykita'nın bu kapsamlı dönüşümü, koleksiyonlar genelinde malzeme etkisinde anlamlı bir azalma sağlayacak. Bu etkinin, yılda yaklaşık 150.000 tek kullanımlık su şişesinin depolama alanlarına gitmesini önlemeye eşdeğer olarak ifade ediliyor. Mykita Kurucusu ve Kreatif Direktörü Moritz Krüger, "Demo camlar her optik çerçevenin küçük ancak kaçınılmaz bir parçasıdır. Tritan Renew ile işlev veya kaliteden ödün vermeden bu bileşenin çevreye zararlı etkisini azaltıyor, koleksiyonlarımız genelinde geri dönüştürülmüş malzeme kullanımını daha da ileri taşıyoruz" dedi. Eastman Segment Yöneticisi Rachel Oakley ise "Gözden kaçan bileşenlerde yapılan malzeme iyileştirmeleri bile anlamlı bir ilerlemeye katkı sağlayabilir. Mykita'nın Eastman Renew malzemelerinin kullanımını genişletme sürecini desteklemekten memnuniyet duyuyoruz" dedi.

Paloceras İlk Optik Çerçevelerini Sundu

Paloceras, Sculptural Pebble güneş serisinin dünya çapındaki hızlı başarısının hemen ardından ilk optik gözlük koleksiyonu Nouvelle Fiction'ı beğenilere sunuyor. Hacimli silüetlere olan ilgiyi yeniden kanıtlayan Paloceras, Pebble çerçevelerin heykelsi tasarım dilini, net görüş ve günlük kullanım için ideal, hafif ve zarif optik gözlüklere Nouvelle Fiction koleksiyonu ile taşıyor. Yeni koleksiyondaki hacimli form dili, yüzey etkisi yerine hassasiyetle şekil verilebilen kontrollü sıcak presleme süreciyle oluşturuluyor. Bu yaklaşım, heykelsi bir görünüm sunarken yapısal istikrarı ve reçete uyumluluğunu koruyor. Palet, optik kullanıma uygun olarak tasarlanmış; yumuşak nötr tonlar, şeffaf renkler ve ifade gücü yüksek mermer desenlerden oluşuyor. Her çerçeve, yüksek kaliteli Mazzucchelli selüloz asetattan DualLayer laminasyon yapısıyla üretiliyor ve optik ayar ile uzun ömür için özel altın kaplama Visottica donanımıyla tamamlanıyor. Yüzey işçiliği, Paloceras'a özgü heykelsi ve pürüzsüz karakterini korurken; Diver Italia tarafından sağlanan camlar, netlik, dayanıklılık ve günlük optik kullanım için geliştirilen üst düzey sert kaplama ve yansıma önleyici özellikler içeriyor.



 Armatî Gözlük

VYCOZ

ARMATİ GÖZLÜK VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.

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



Kaleos Kadınlara Özel Stillerini Sunuyor

İspanyol Kaleos, hareket, kontrast ve bireyselliği öne çıkardığı 2026 İlkbahar/Yaz gözlük serisini sunuyor. Kaleos kadınlara yönelik yeni koleksiyonunun merkezine keşif duygusunu alarak; beklenmeyi sahiplenen, kusuru değerli gören ve küçük tasarım dokunuşlarını belirleyici unsurlara dönüştüren bir yaklaşım sergiliyor. Silüetler daha kompakt ve amaç odaklı bir yapıya kavuşurken, form ön plana çıkarılıyor. Cesur oval formlar, keskin açılar ve beklenmedik oranlar koleksiyonun karakterini belirliyor. Renk daha güçlü bir rol üstlenirken katmanlı laminasyonlar geri plana bırakılıyor. Markanın yeni koleksiyonunda daha hafif, daha odaklı ve form tarafından yönlendirilen bir bütünlük göze çarpıyor. Kaleos, 2026 İlkbahar/Yaz koleksiyonu için birbiriyle uyumlu iki farklı tavrı ortaya koyuyor. Bir yanda renklerle oynayan, hafif sim dokunuşları ve iddialı detaylarla öne çıkan ifade gücü yüksek modeller yer alıyor. Diğer yanda daha sade bir estetik dikkat çekiyor; temiz çizgiler, modern konstrüksiyonlar ve bilinçli bir minimalizm yaklaşımı benimseniyor. Koleksiyon aynı zamanda paslanmaz çelik unsurlar, yarım çerçeveli tasarımlar, fotokromik camlar ve rafine üretim anlayışıyla dikkat çekiyor.

Götti, Asetatı Haute Contour'de Kutluyor

Götti Switzerland, formu, malzemeyi ve zanaatkarlığı en üst seviyede kutlayan yeni Haute Contour koleksiyonunu sunuyor. Haute Contour koleksiyonunda premium asetattan üretilen ve tamamen el işçiliğiyle tamamlanan her model kendine özgü derinlikte bir karakter sergiliyor. Belirgin konturlar ve akıcı kıvrımlarla zarifçe şekillenen yeni Götti koleksiyonu, form olarak iddialı ama tavrı olarak ölçülü tasarımlardan oluşuyor. Götti zanaatkarları tarafından titizlikle parlatılarak neredeyse heykelsi bir yüzey elde edilen asetat çerçeveler, taşınabilir sanat objeleri olarak nitelendiriliyor. Işık ise yüzeylerde yumuşak bir şekilde dolaşarak yüksek kaliteli asetatın zenginliğini vurguluyor ve her çerçeveye hem hareket ekliyor hem de güçlü bir duruş kazandırıyor. Saplardaki ince gümüş ve altın perçinler koleksiyonun sofistikeliğini ve rafinelikliğini vurgularken, kişisel bir kalite mührü olarak parlatmayı gerçekleştiren ustanın ismi iç kısma işleniyor. Hafif renk geçişli camlar ise kahverengi degrade seçeneğine sahip ve ikinci bir logo gravürü taşıyor. Götti, Haute Contour koleksiyonu ile özgünlük, zanaatkarlık ve marka karakterini birebir yansıtan modern bir moda ifadesi sunuyor.





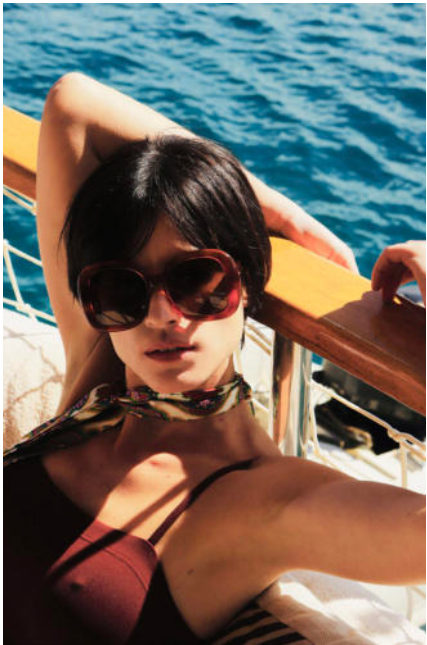
ZANAAT, İNCELİK VE ÖLÇÜLÜ GÜZELLİK

Sestini, minimal çizgileri
heykelsi formlarla
birleştiriyor ve işlevselliği
İtalyan zanaatının lider
yaklaşımıyla ele alıyor.

İtalyan girişimci Carlo Sestini tarafından 2020 yılında kurulan bağımsız gözlük markası Sestini, İtalya'da usta zanaatkarlar tarafından üretilen prestijli ve lüks bir tasarım anlayışıyla küresel optik pazarında dikkat çekmeyi sürdürüyor. Marka; gözlük tasarımlarında en üst seviyedeki kalite standartlarına bağlı kalarak, koleksiyoner değeri taşıyan parçalar hazırlayarak büyümesinde ivme kazanıyor. Geleneksel tekniklere ve İtalyan ustalığına saygı duruşunda bulunan sofistike tasarımları, sade ama özenli kurgulanmış zarafetleriyle beğeni topluyor. Sınırlı sayıda üretimi tercih ederek az sayıda parçadan oluşan koleksiyonunu Mido 2026 fuarında başarıyla sergileyen Sestini; yeni yılla birlikte, zamansız ve gelecekte de kullanılabilir tasarım yaklaşımına sadık kalarak imza renklerini yeniden yorumlayacak. Markanın kuruluş hikayesi, tasarım dünyası ve koleksiyonuna dair detaylarla ilgili Kurucusu ve Kreatif Direktörü Carlo Sestini ile yapılan röportajı beğenilerinize sunuyoruz.

Merhaba Carlo. Okurlarımız için kendinizi biraz tanıtarak, gözlük markası kurma sürecinizi paylaşır mısınız?

Londra’da uluslararası hukuk ve diplomasi okudum. Hayalim büyükelçi olmaktı. Sonra bir modellik ajansı tarafından keşfedildim ve 2014’te model olarak çalışmaya başladım. Sosyal medyada paylaştığım fotoğraflarım ilgi gördü; böylece daha fazla markayla model ve influencer olarak çalışmaya devam ettim. Bu süreçte dünyayı dolaşma fırsatı yakaladım. Gözlükleri ise her zaman kendimi ifade etmenin yolu olarak görmüşümdür. Özellikle lise yıllarımda kaşlarımı saklamama ve korunmuş hissetmeme de yardımcı olan önemli bir objeydi. Gözlük taktığımda insanlarla göz göze gelebiliyor ama aynı zamanda güvende hissediyordum. Kendi gözlük markamı yapma fikrim hep vardı. 2019’da markam için harekete geçmeden önce bir arazi alıp şarap ve zeytinyağı üretimini denedim. Halen moda danışmanı, model ve influencer olarak da çalışıyordum. Ama 2020 yılına geldiğimizde artık odağımın merkezinde sadece Sestini markasıyla lüks İtalyan gözlükleri yaratmak vardı. O dönemde İtalyan gözlüğü üzerine çok araştırma yaptım. Kalite, lüks ve zamansızlığa odaklanan başka genç bir İtalyan marka olmadığını fark ettim.



Markanızı tüm dünyayı olumsuz şekilde etkileyen 2020 yılında lanse etmek, sizin için zorlayıcı oldu mu?

Pandemi dönemi olduğu için başlangıçta elbette zordu. Perakendecilere doğrudan ulaştım ve Sestini için özel bir ağ kurmayı bu sayede başardık. İlk günden yatırımcı almamaya zaten karar vermiştim. Geleneksel şekilde adım adım büyümek istedim. Şu anda CP Agency ile yakın çalışıyorum. 2021 yılında başlayan bu işbirliği sayesinde Sestini koleksiyonu Türkiye, Hindistan, Belçika ve Avustralya dahil pek çok yeni pazara ulaştı. Bu ortaklık markamın büyümesi için gerçek anlamda bir katalizör işlevi gördü.

Sestini koleksiyonunun kimliği ve tasarım felsefesi hakkında bizleri bilgilendirir misiniz?

Sestini, minimal çizgileri heykelsi formlarla birleştiriyor ve işlevselliği İtalyan zanaatının lider yaklaşımıyla ele alıyor. Gözlük, bizim için daha geniş bir yaşam tarzının parçası anlamına geliyor. Sanat, incelik ve ölçülü güzellik Sestini Dna’sının temelini oluşturuyor. Tasarım dili gösterişsiz ama ikonik olarak özetlenebilir. Örneğin, işlenmiş yarım zambak detayı gibi naif kimlik unsurlarımız bunu yansıtıyor. Sadece logosuyla tanınan bir marka olmak istemedik. Bunun yerine bize özgü perçinler geliştirdik ve odağı ürünün detaylarına verdik. Ürünlerimize dokunduğunuzda sapların elde şekillendirildiğini ve oyulduğuna rahatlıkla hissedebilirsiniz.

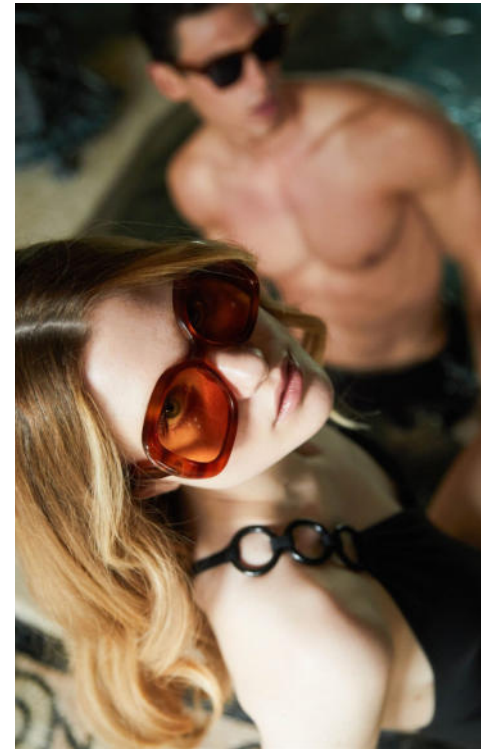


Biraz da koleksiyonunuz için tercih ettiğiniz malzemelerden ve üretim anlayışınızdan söz edelim mi?

Tasarımlarımda kullandığım malzemenin de kullanıcılar tarafından gerçekten özel olduğunun anlaşılmasına odaklanıyorum. Bir Sestini gözlüğü taktıklarında tıpkı yumuşacık kaşmir bir kazak giydiklerinde hissedecekleri türde bir olağanüstü uyum ve konfor sağlamaya özen gösteriyorum. Sestini’de nesilden nesile aktarılacak çerçeveler tasarlamayı amaçlıyoruz. Mazzucchelli’nin geçmiş koleksiyonlarında hiç kullanılmamış asetat plakalarını ve markanın arşivinden seçtiğimiz özel formleri kullanıyoruz. Geleneksel İtalyan tekniklerini modern hassasiyetle uyguluyoruz. Camlarımız Zeiss tarafından sağlanıyor. Her çerçevemiz izlenebilirlik ve kullanıcılarında ayrıcalıklı bir etki bırakması için tek tek numaralandırılıyor. Üretimimizi bilinçli olarak sınırlı tutuyoruz. Kitle üretiminden uzak durmayı, kalite ve bütünlüğü korumanın tek yolu olarak görüyoruz.

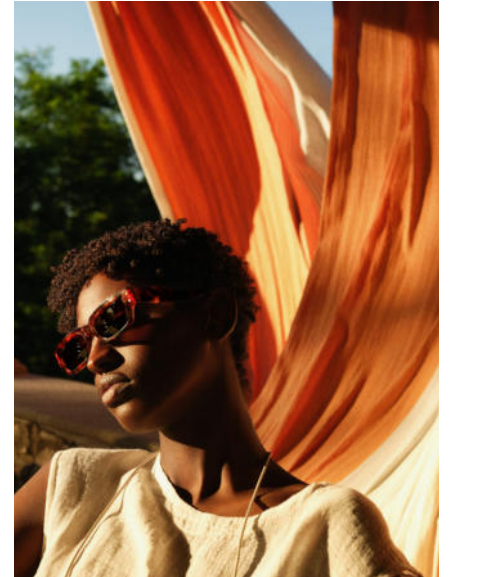
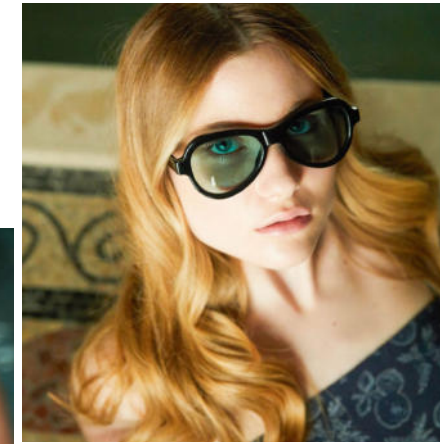
Çerçevelerinize dair detaylardan ve Sestini ambleminin sizin ne ifade ettiğinden bahsedebilir misiniz?

Çerçevelerimizde zanaatkarlığa olduğu kadar uyuma da odaklandık. Her tasarımı saklanacak kadar güzel bir obje olarak görüyorum. Sestini estetik imzası menteşeyi asetatla birleştiren metal bağlantı detayımızdır ve elle dokunulduğunda hissedilebilecek şekilde özellikle öne çıkardık. Bu bağlantıyı sağlayan perçinlerin tasarımlarında ilham kaynağım tarihi Toskana kapılarındaki büyük civatalar oldu. Bu imza detayımız daha maliyetli ve tüm perçinler altın kaplama olsa da asetatın içine gizlemek yerine görünür olmasını tercih ettim. Yunus ambleminiz ise ailemle ilgili bir anıdan doğdu. Anneannemin anneme verdiği sevimli bir yunus kolyesi vardı. Annem de bu yüzden yunusları çok severdi ve kardeşimle bana ‘yunuslarım’ diye hitap ederdi. Bu sebeple yunus sembolü bizim için sevgi ve sevilme gibi değerli bir anlam taşıyor. Ayrıca Floransa zambağını da kullandık. Menteşelerin iç kısmında yer alsa da hem dekoratif hem işlevsel olarak, çerçeveyi taktığı anda kullanıcısına çerçevenin üstün kalitesini hatırlatıyor.



Markanız için İtalya’da doğru üretim ortamını bulma süreciniz nasıl gelişti?

Bu kesinlikle en zor kısımdı. Sürece başladığımda kulaktan kulağa tavsiyelere ve sayısız kez yaptığım görüşmelere güvenmek zorundaydım. Doğru zanaatkarı bulmak zaman aldı. Şanslıyım ki ürünümlü anlayan ve nadir rastlanan kalitede üretim yapabilen Veneto merkezli ilham verici bir aile şirketiyle çalışıyorum. Çerçeve yapımındaki özenlerini ve nesilden nesile aktarılmış mesleki adanmışlığı yerinde gözlemlemek halen her seferinde beni heyecanlandırıyor. Markam ile göstermek istediğim de tam olarak bu zanaat kültürüdür diyebilirim. Otantik İtalyan uzmanlığını, gözlük sevgisi ve tutkusunu kapsayan güçlü bir kültür sunmak amacındayım. Gelecekte de gözlük tasarımının öncüsü zanaatkarlar olacak. El emeği o kadar güzel ve değerli ki desteklenmesi ve sürdürülmesi gerekiyor. Bu gerçeği yaşatmayı en önemli görevimiz olarak görüyorum.



Bu değerli röportajınız için teşekkür ederiz. Son olarak dikkat çekici ambalaj tasarımlarınızın hikayesini de paylaşır mısınız?

Ambalaj fikri ‘carta fiorentina’ yani Fransalı büyükannelerin çekmece içlerini kapladığı kağıttan ilham alıyor. Kılıflarımızın iç yüzeyi bu dokuya sahip ve gözlükler için koruyucu bir katman hissi yaratıyor. Ambalajlarımız konusunda geliştirmek istediğim daha pek çok fikir var. Benzersiz konseptleri ve detaylara ekleyebileceğimizi zamana yayarak olgunlaştırıyoruz. Ambalajlarda da kendi ifademi en yüksek düzeydeki kalite ve özenle görmek istiyorum. Sestini ile sadece gözlük değil; aynı zamanda bir hikaye, zanaat ve bütüncül bir deneyim sunmak istiyorum.

TIFFANY & Co.

200. Yılına Yaklaşan İmparatorluk

Charles Lewis Tiffany yalnızca bir lüks mücevher ve aksesuar devi yaratmadı; duyguları, hikayeleri ve anıları birbirine bağlayan zamansız bir anlatı oluşturdu.



Zamansız ışıltı ve görkemi simgeleyen lüks mücevher ve aksesuar evi Tiffany & Co., 'Amerikan lüksü' kavramını inşa eden ilk büyük şirketlerin başında geliyor. Yaklaşık iki yüzyıla yaklaşan serüveni boyunca Tiffany & Co., Amerikan mücevher geleneğinin en elit ve rafine temsilcisine dönüşmekle kalmadı; bugün hiç ödün vermediği değerleri, yüksek kalitesi, zamansız tasarım zarafeti ve kusursuz işçiliği ile küresel çaptaki lider konumunu koruyor. Markanın yolculuğu 1837 yılında New York Broadway'de açılan küçük bir kırtasiye ürünleri ve hediyelik eşyalar dükkanıyla başladı. Henüz 25 yaşında olan Charles Lewis Tiffany ve ortağı J. B. Young'ın Tiffany & Young adıyla kurduğu bu mağazanın ilk gün cirosu yalnızca 4.98 dolardı. Büyük lüks imparatorluğunun temeli, işte bu mütevazı rakamla atıldı. Tiffany & Young 1845 yılında dönemi için devrim niteliğinde bir adım attı ve markanın seçkin tasarımlarını daha geniş kitlelere ulaştıran ilk doğrudan posta sipariş kataloğunu yayımladı. İkonik 'Blue Book', yalnızca bir ürün listesi değil, Tiffany estetiğinin ilk kapsamlı vitriniydi. Yıl 1853'ü gösterdiğinde Charles Lewis Tiffany şirketin tek sahibi oldu ve markayı mücevhere odaklayarak Tiffany & Co. adıyla yeniden yapılandırdı. Gümüşten başlayarak, değerli materyallerden ürünler tasarlayıp ilk koleksiyonlarının el işçiliği ile üretimine başladı. Bu adım, şirketin dünya çapında bir lüks gücüne dönüşmesinin başlangıcıydı.

Gümüşün ilk Amerikalı Ustası

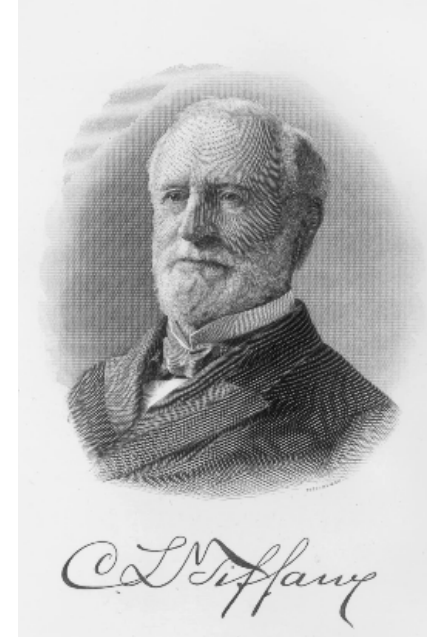
Charles Lewis Tiffany'nin döneminin çok ilerisindeki vizyonu sayesinde şirketin uluslararası sahnedeki ilk büyük çıkışı 1867 Paris Exposition Universelle'de gerçekleşti. Markanın gümüş işçiliğiyle bronz madalya kazanması, bir Amerikan tasarım evinin Avrupalı bir jüri tarafından ilk kez onurlandırılmasıydı. Tiffany & Co. Britanya gümüş standardını benimseyen ilk Amerikan şirketi olarak kalite anlayışını uluslararası ölçekte de tescillemiş oldu. Firmanın gümüş atölyesi, Amerika'daki ilk tasarım okulu niteliğindediydi. Çıraklar doğayı gözlemlemeye, eskizler yapmaya ve ünlü gümüş ustası, Tasarım Departmanı Başkanı Edward C. Moore'un bir araya getirdiği zengin kitap ve sanat koleksiyonlarından beslenmeye teşvik ediliyordu. 1866'da 'Tiffany Timer' adı verilen ilk kronometresini tanıttı; 1868'de ise altın moda mücevherlerini koleksiyonlarına ekleyerek tasarım dilini genişletti. Bu gelişmeler, markanın yalnızca mücevher üretmekle kalmayıp, lüksün biçimini ve ritmini belirleyen bir oyuncu haline geldiğini gösteriyordu. 1870'e gelindiğinde şirket, Amerika'nın en önde gelen gümüş ustası ve mücevher ile saat tedarikçisi haline gelmişti.

Charles Lewis Tiffany 1878 yılında Güney Afrika'daki Kimberley madenlerinden çıkarılan dünyanın en büyük ve en etkileyici sarı elmaslarından birini satın aldı. Markanın saygın taş uzmanı Dr. George Frederick Kunz'un rehberliğinde ısıltı ve parlaklığını en üst seviyeye çıkarmak amacıyla 287.42 karattan 128.54 karata indirilen taş, dönemi için benzersiz 82 fasetle kesildi. Tiffany Diamond adı verilen bu efsanevi taş, markanın zanaatkarlık ustalığının sembolü haline geldi ve hiçbir zaman satışa sunulmadı. Tarih boyunca sadece 4 kadın Tiffany Diamond'ı taşıma onuruna erişebildi. Sosyetik isim Mary Whitehouse 1957'de taşa özel hazırlanmış kolyeyle, 1961'de Audrey Hepburn Breakfast at Tiffany's filminin tanıtımı amacıyla Schlumberger'in tasarladığı kolyeyle Tiffany Diamond'ı giydiler. Marka bu ikonik taşı, 2012'deki 175. yıldönümü onuruna 140 karatın üzerinde nefes kesici bir kolye haline getirdi. Son formunu alan Tiffany Diamond 2019'da Lady Gaga tarafından Oscar Ödülleri gecesinde ve son olarak 2021'de markanın About Love kampanyasında Beyoncé tarafından takıldı.



Elmasın Tek Otoritesi

Avrupalı aristokrat ailelerden değerli taşlarını satın almayı sürdüren Charles Lewis Tiffany, 1887 yılında Fransız Kraliyet Mücevherleri'nin bir bölümünü koleksiyonuna kattı. Bu hamleyle marka, değerli taşlar alanındaki otoritesini zirveye taşıdı. Charles Lewis Tiffany'den 'Elmasların Kralı' olarak söz edilmeye bu dönemde başladı. Tiffany & Co. 19. yüzyıla dünyanın elmas otoritesi olarak başladı. Aynı dönemde Avrupa ve Amerika'da düzenlenen uluslararası mücevher fuarları çağı başlamıştı ve Tiffany katıldığı her organizasyonda en yüksek onurları kazandı. Kazandığı sayısız ödül, Tiffany'nin ABD Başkanlarından Avrupa Kraliyet aileleri üyelerine, Osmanlı Padişahlarından Rus Çar'larına kadar resmî mücevhercileri olarak atanmasını sağladı.



Aşkın Mimari Formu: Tiffany Setting

Tiffany & Co.'nun aşk ve evlilikle özdeşleşmesinde belirleyici rol oynayan devrimsel yeniliklerinin başında, 1886 yılında tanıtılan bir diğer efsanesi Tiffany Setting geliyor. Charles Lewis Tiffany tarafından tasarlanan bu ikonik yüzük, pırlantayı altı tırnaklı bir yapı üzerinde yükselterek değerli taşın ışıqla maksimum temas kurmasını sağlıyordu. Geleneksel olarak taşın gövdeye gömüldüğü yüzük anlayışından radikal bir kopuş sunan bu tasarım yaklaşımı, mücevher terminolojine adını yazdırarak, pırlantanın ışıltısını merkeze alan yepyeni ve kalıcı bir estetik dil yarattı. Tiffany Setting, yalnızca nişan yüzüğü tasarımı kodlarını dönüştürmekle kalmadı; zamansız zarafetin ve kusursuz işçiliğin evrensel bir referans noktası haline geldi.

Rengin Ötesinde: Tiffany Mavisi

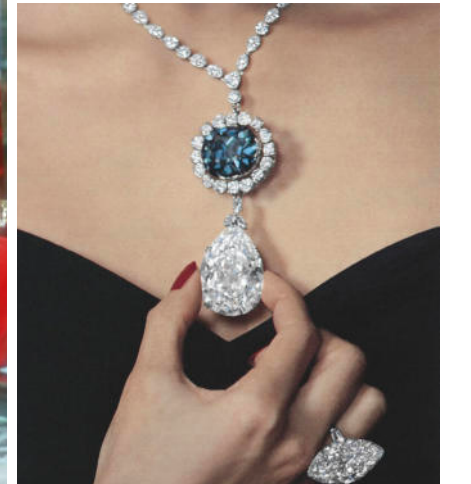
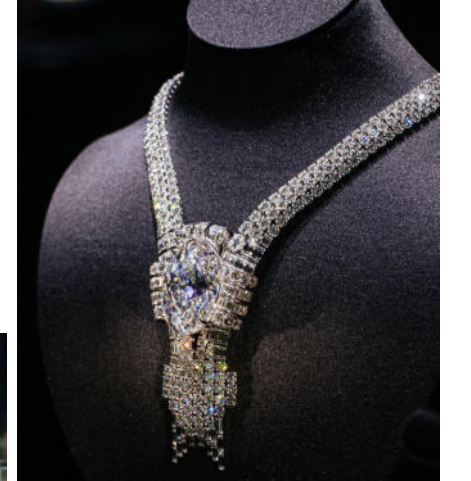
Tiffany Blue'nun ilk ortaya çıkışı 1845 yılına uzanır. Şirketin her yıl yayımladığı ve Tiffany'nin lüks mücevher koleksiyonlarını tanıtan sipariş kataloğu "Blue Book", ilk yılında bu ayırt edici mavi tonla hazırlandı.

Kısa sürede büyük ilgi gören ve Amerikan satış tarihinde bir ilki işaret eden bu katalog, markanın ayrıcalıkla kurduğu ilişkinin ilk güçlü işareti oldu. Müşteriler yalnızca mücevher satın almıyor; bir yaşam tarzına, bir hayale ve bütünlüklü bir estetik dünyaya adım atıyordu. Bu başarının ardından Tiffany & Co., mücevherlerini aynı karakteristik mavi tonundaki kutularla sunmaya başladı. Beyaz kurdeleyle bağlanan Tiffany Blue Box, kısa sürede içinde en az ürün kadar arzu edilen bir nesneye dönüştü. 19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde bu kutular, zenginliğin, zarafetin ve seçkin zevkin sembolü haline gelmişti. Tiffany Blue Box yalnızca bir ambalaj değil aynı zamanda bir simgeydi. Marka, bu rengi ürünlerinin kalitesi ve ayrıcalığıyla özdeşleştirerek tonu kimliğinin ayrılmaz bir parçası haline getirdi. Dönemi için son derece yenilikçi olan bu yaklaşım, markaların görsel unsurları kullanarak tanınırlık ve sadakat inşa etme biçimini yeniden tanımladı. Bu özel mavi tonu; markanın kimliği, değerleri ve asırlar boyunca inşa ettiği saygın konumu ile eş anlamda olduğundan, şirket 1998 yılında rengi Tiffany Blue adıyla ticari marka olarak tescilledi.



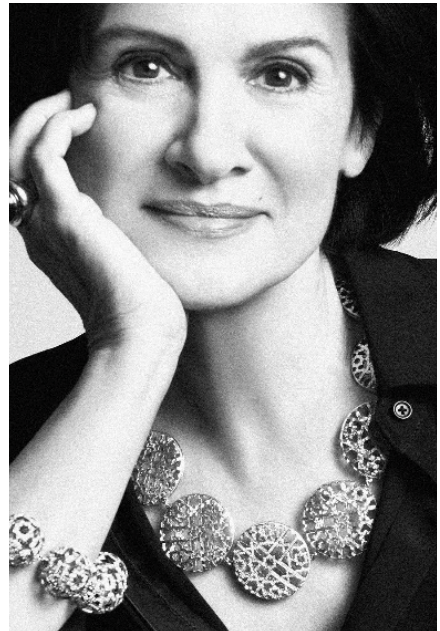
Kült Film ile Ölümsüzleşti

Truman Capote'un eserinden uyarlanan ve 1961 yılında gösterime giren Breakfast at Tiffany's, markayı zarafet, aşk ve hayallerin peşinden gitme fikriyle birebir bağdaştırarak ölümsüzleştirdi. Filmde Tiffany & Co. mağazası 'kötü hiçbir şeyin olamayacağı' bir mekan olarak betimlenirken, marka duygusal güven ve romantik idealizmle özdeşleşti. Bir lüks mücevherat ve aksesuar imparatorluğu olan Tiffany & Co.; ister sonrasında çekilmiş filmlerde isterse de gerçek hayatta olsun, sayısız aşk hikayesinin, kutlamanın, yıldönümünün en değerli anlarına ışıltısı ve görkemle sessiz tanıklık ediyor. Standardını hiç bozmadığı duruşu ve tüm koleksiyonuyla; aşk, sevgi, mutluluk ve bağlılığı merkezine alarak, kalıcı estetik zarafet, kusursuz işçilik ve zamansız güzellik arayışını her döneminde başarıyla sürdürüyor.



Tiffany Dünyasının İkonik Tasarımcıları

Charles Lewis Tiffany'in 1902 yılında-ki vefatının ardından şirketin ilk Kreatif Direktörü oğlu Louis Comfort Tiffany oldu. Louis Comfort, henüz çok genç bir tasarımcı iken 1882 yılında Başkan Chester Arthur'un davetiyle Beyaz Saray'ı yeniden dekore etmiş ve zevkleri, sanat anlayışıyla örnek bir isim olarak tanınmaktaydı. Sanat ve sanat akımları konusundaki uzmanlığıyla markanın koleksiyonlarında zarafeti ve zamansızlığı muazzam bir şekilde yansıtmayı başardı. Yeni yüzyıl ilerledikçe Tiffany tasarımları da çağın ruhunu ustalıkla yansıttı. 1920'lerin gösterişli ihtişamından 1930'ların yalın modernizmine, 1940 ve 1950'lerin aerodinamik çizgilerine uzanan estetik dönüşüm, koleksiyonlarda net biçimde hissediliyordu. Tiffany porselenleri Beyaz Saray davet sofralarına zarafet katarken, Tiffany mücevherleri Jacqueline Kennedy Onassis, Elizabeth Taylor ve Diana Vreeland gibi dünyanın en göz alıcı kadınlarının şıklığını tamamlıyordu. 1956 yılında markaya katılan muhteşem tasarımcı Jean Schlumberger, yarattığı özgün ve hayal gücü yüksek tasarımlarla Tiffany & Co.'ya duyulan ilgiyi yepyeni bir seviyeye taşıdı.



Schlumberger imzalı mücevherler, cesur formları ve heykelsi detaylarıyla dönemin sınırlarını zorladı. Hızla ikonik statüsüne ulaşan Bird on a Rock gibi tasarımları, Tiffany'nin tasarım mirasının en güçlü halkalarından biri olarak parlamaya devam ediyor. Tiffany dünyasının bir diğer devrimsel hamlesi de İtalyan model ve tasarımcı Elsa Peretti ile 1974 yılında çalışmasıyla başladı. Peretti'nin organik ve yalın çizgileri lüks mücevherin gündelik stilin parçası haline dönüşebileceğini gösterdi. Markanın yüksek kalite, tasarım hassasiyeti, titiz ve ince zanaatkarlık değerlerine tutkuyla bağlı olan Peretti, markanın tarihi akışına yön veren çığır açıcı bir evren kurguladı. Paloma Picasso'nun Tiffany & Co. için hazırladığı ilk koleksiyon ise 1980 yılında lanse edildi. Dünyaca ünlü ressam Pablo Picasso'nun kızı olan Paloma Picasso, 1970'lerde New York binalarının duvarlarını süsleyen grafitilerden ilham almıştı. Paloma'nın Graffiti koleksiyonu, sokak sanatının enerjisini değerli materyallerle buluşturarak mücevher formunda yeniden yorumladı. Onun grafik ve cesur estetiği, markaya güçlü bir sanat referansı kazandı. Paloma dönemi, Tiffany'nin aristokrat lüksten modern tasarım lüksüne evrildiği kırılma noktasıdır.



Tiffany & Co. Eyewear

Mücevherde yarattığı bu güçlü miras, Tiffany & Co.'nun gözlük dünyasına adım atmasıyla yeni bir boyut kazandı. Aralık 2006'da Luxottica Group ile imzalanan küresel lisans anlaşması, markanın ilk gözlük koleksiyonunun 2008 yılında sunulmasının önünü açtı. Lüks gözlüklerin bir moda aksesuarı olarak hızla yükseldiği bu dönemde Tiffany & Co.'nun sektöre girişi, markanın estetik vizyonunun doğal bir uzantısı olarak değerlendirildi. İlk anlaşma on yıllık bir süreyi kapsarken, Aralık 2017'de yapılan yenileme ile ortaklık 2027'ye kadar uzatıldı. EssilorLuxottica bünyesindeki Tiffany & Co. gözlük koleksiyonları, markanın mücevherde benimsediği ustalık, zarafet ve tasarım felsefesini optik dünyasına taşır. Tiffany Setting'in yalın ihtişamı ve Tiffany Blue Box'ın ikonik kimliği, gözlük tasarımlarında da hissedilir. Her model, aksesuar olmanın ötesinde, markanın duygusal mirasını yansıtan bir stil ifadesi sunar. Kişiselleştirilmiş zarafeti yeniden tanımlayan tasarımları, mücevher ve gözlüğü tek bir estetik dilde buluşturur. Tiffany & Co. için gözlük de tıpkı mücevher gibi yalnızca tamamlayıcı bir parça değil; duygularla bağ kuran, kalıcı stil ve sofistike duruşun ifadesidir.

KRONOLOJİ:

1837: Charles Lewis Tiffany ve John B. Young, New York'ta "Tiffany, Young and Ellis" adıyla bir kırtasiye ve zarif hediyelikler dükkanı açtı. Marka, ilk günden itibaren kaliteli ürün anlayışıyla dikkat çekti.

1845: İlk sipariş kataloğu olan Blue Book'u sundu. Bu Amerika'da yüksek kaliteli mücevherleri geniş kitlelerle buluşturan öncü bir adım oldu.

1853: Şirketin adı Tiffany & Co. olarak değiştirildi. Charles Lewis Tiffany, markayı net biçimde mücevher odaklı bir kimliğe taşıdı.

1862: Amerikan İç Savaşı sırasında Tiffany & Co., Birlik Ordusu için kılıçlar, bayraklar ve askeri aksesuarlar üretti.

1877: New York Polis Departmanı için tasarlanan madalyalarda Tiffany imzası yer aldı; markanın tasarım dili kamusal alanda görünürlük kazandı.

1905: Tiffany & Co., New York'taki ana mağazasını lüks 5.Cadde'ye taşıyarak bugünkü ikonik lokasyonunun temelini attı.



1978: Tiffany & Co., Avon Products Inc. tarafından satın alındı ve kurumsal yapısı yeniden şekillendi.

1987: Marka yeniden halka açıldı ve küresel büyüme sürecine ivme kazandı.

2000: Tiffany & Co. Vakfı kuruldu. Çevre, sanat ve toplum odaklı projeler markanın kurumsal sorumluluk anlayışının merkezine yerleşti.

2002: Laurelton Diamonds kuruldu ve Tiffany & Co., elmas tedarik zincirini doğrudan kontrol eden nadir mücevher markalarından biri haline geldi.

2008: Tiffany & Co., Luxottica Group ile işbirliğiyle ilk Tiffany Eyewear koleksiyonunu sundu.

2009: Tiffany Keys koleksiyonu tanıtıldı. Anahtar motifi, modern mücevher dilinde özgürlük ve olasılık kavramlarını simgeleyen ikonik bir tasarım haline geldi.

2014: Francesca Amfitheatrof tasarımı Tiffany T koleksiyonu piyasaya çıktı.

2016: Legendary Style kampanyası, moda dünyasının ikonik isimlerini Tiffany & Co. estetiğiyle buluşturarak markanın modern yüzünü öne çıkardı.

2017: HardWear koleksiyonu tanıtıldı. New York'un güçlü ve dinamik ruhu, cesur zincir formlarıyla mücevhere taşındı.

2019: Diamond Source Initiative başlatıldı ve Tiffany & Co., elmasların kaynağını şeffaf biçimde paylaşma sözünde bulunan ilk lüks mücevher markalarından biri oldu.

2020: Diamond Craft Journey uygulamasıyla müşterilere, satın aldıkları elmasların üretim sürecine dair detaylı bilgi sunuldu.

2021: LVMH bünyesine katıldı. Bu satın alma, lüks sektörünün en büyük anlaşmalarından biri olarak kayda geçti.

2022: Tiffany Knot koleksiyonu tanıtıldı. Bağlılık ve birliktelik teması, güçlü ve sade formlarla yorumlandı.

2023: New York'taki ana mağaza kapsamlı bir renovasyonun ardından yeniden açıldı ve marka deneyimi mimari ölçekte yeniden tanımlandı.

2024: Tiffany Wonder gibi deneyimsel projelerle marka mirası, sanat ve tasarım odağında yeniden yorumlandı.

2025: İkonik mücevher koleksiyonlarından ilham alan göz alıcı güneş gözlüğü serisi sunuldu. Koleksiyon Knot by Tiffany, HardWear by Tiffany, T by Tiffany ve Tiffany Logo serilerinden oluşuyordu.

2026: Marka 14 Şubat'a özel 'Celebrating Love Stories Since 1837' isimli reklam kampanyasını sundu. Kampanyada marka elçisi Adria Arjona başroldeydi.



Carrera Serileri Yeni Modellerle Genişledi

Carrera, Flag, Signature ve C-Sport gibi çarpıcı serileriyle stil, işlev ve karakteri bir araya getirmeyi sürdürüyor. Yeni tasarımlarla genişleyen Carrera koleksiyonu, kurallarını kendisi koyanlar için birer stil manifestosu niteliği taşıyor. Şehirli stili modern İtalyan dokunuşuyla tanımlayan Signature serisi kadınlar ve erkekler için çok katmanlı asetatların kullanıldığı ve ikonik Carrera detaylarıyla zenginleşmiş cesur tasarımlarla genişliyor. Kadınlar için özel olarak tasarlanan 3072/S modeli, cesur kare formu ve zamansız renk seçenekleriyle koleksiyona sofistike bir enerji katar; erkekler için özel Carrera 364/S ise dikdörtgen formu ve düz üst çerçeve tasarımıyla güçlü ve karizmatik bir şehir stili sunuyor. Asetat Carrera 365/S de dikdörtgen formda ve farklı renk seçenekleriyle sunuluyor. Flag serisine eklenen maske formu model Victory C 18/S ise ön kısımdaki Victory C logosu ve C metal logo plakayla süslenmiş modern şekliyle markanın kimliğini yansıtıyor. Aktif yaşamdan serisi C-Sport, ayarlanabilir burun pedleri, sportif detaylar ve Carrera'nın imza çizgileriyle öne çıkıyor. Yeni eklenen damla formundaki C Sport 09/S, ön kısmı ve saplardaki Carrera logosu ve kontrast renk detayıyla öne çıkarken; XT (ekstrem) versiyonunda çıkarılabilir yan parçalarla daha güçlü bir sportif etki yaratıyor. CA Transforma ise yenilikçi manyetik cam sistemi sayesinde güneş gözlüğünden kayak maskesine dönüşebiliyor.

Longchamp Yeni Seçkisini Tanıtıyor

Longchamp, 2026 İlkbahar/Yaz gözlük koleksiyonunda Fransız zarafetini çağdaş bir enerjiyle buluşturarak feminen stil anlayışına rafine bir yorum getiriyor. Markanın köklü Paris estetiğinden ilham alan yeni sezon güneş gözlükleri hem tasarım dili hem de malzeme seçimiyle sürdürülebilirlik odağını öne çıkarıyor; koleksiyonda en az yüzde 60 biyo bazlı karbon içeriğine sahip G820 reçine, hafif asetat yapılar ve parlak metal detaylar bir arada kullanılıyor. Belirgin formlar, canlı renk paleti ve sofistike dokunuşlarla şekillenen modeller, Longchamp kadınının zarif ve zamansız stilini vurguluyor. Sezonun öne çıkan modeli LO800S, markanın ikonik Roseau çizgisinden ilham alan genç ve dinamik damla formuyla koleksiyonun odak noktası olarak konumlanıyor. Bitki bazlı G820 materyalden üretilen hafif güneş stili hem sürdürülebilir üretim yaklaşımını hem de konfor beklentisini karşılıyor. Üst köprüde yer alan bambu esintili metal detay, modele çağdaş bir silüet kazandırırken Longchamp imzasını zarif biçimde yansıtıyor. Transparan kahverengi, yeşil, aqua, bordo ve pembe tonlarından oluşan renk sunuluyor. Longchamp'ın sembolik tasarım kodlarını modern bir bakış açısıyla yorumlayan bu koleksiyon, aksesuar kategorisinde markanın Parisli ruhunu güçlendiren iddialı bir sezon seçkisi olarak öne çıkıyor.



Calvin Klein Jeans



Palm Angels Evreni Genişliyor

Palm Angels, moda evrenini farklı kategorilere taşıma sürecini hızlandırıyor. Markanın kısa süre önce duyurduğu ilk parfüm serisinin ardından, bu genişleme Mondottica Group işbirliğiyle hazırlanan yeni gözlük koleksiyonuyla devam ediyor. Mondottica tarafından geliştirilen koleksiyon, Palm Angels'ın sokak kültüründen beslenen güçlü duruşunu belirgin hacimler, iddialı asetatlar ve grafik detaylarla yansıtıyor. Moda, aksesuar ve yaşam tarzı arasında konumlanan bu seri, Palm Angels'ın yalnızca giyimle sınırlı kalmayan, çok yönlü bir marka dünyası kurduğunu net biçimde ortaya koyuyor. Yeni Palm Angels gözlük koleksiyonu, 20 üniseks güneş modeli ve 18 optik çerçeveden oluşuyor. Tasarımlar, asetat ve metal çerçevelerle sunulurken Palm Angels'ın kendine özgü grafik dili ve gotik yazı tipli logolar koleksiyona güçlü bir imza kazandırıyor. Öne çıkan modeller arasında 'Angel' gibi kalın siyah asetat gövdesi, ekstra geniş saplarıyla dikkat çeken parçalar ile Imperial gibi heykelsi çift menteşe detaylarına sahip iddialı kare modeller bulunuyor. Günlük hayattan özel anlara kadar farklı yaşam sahnelerinde kendini gösterebilecek bu parçalar; cesur silüetleri, detaylardaki işçilikleri ve sofistike tasarım diliyle yüksek modanın vitrini işlevi görüyor.

Hally & Son'dan Empire State İlhamlı Seri

Hally & Son, 2026 İlkbahar/Yaz koleksiyonunu beğenileri sunuyor. İtalyan marka, 2026 yılının ilk koleksiyonunda kökenlerine dönerek tasarımın merkezine imza detayını yerleştirdi. Markanın yıllarca kullandığı, ön yüzde üç ve iki pinle tanımlanan yapı bu sezon yer değiştiriyor; bu detay, Empire State Building'in katmanlı 'pencil' silüetinden ilham alan yeni menteşe tasarımıyla çerçevenin yanına taşınarak ön yüzeyden sapa doğru yükselen akış hissini güçlendiriyor. Ortaya çıkan tasarımlar, Hally & Son'ın vintage karakterini korurken mimari bir referansla güncellenmiş, daha belirgin bir duruş sunuyor. Marka, 2026 İlkbahar/Yaz koleksiyonu geçmiş ile bugünü dengeli bir tasarım diliyle bir araya getiriyor. Retro formların zamansız çekiciliği korunurken, oranlarda yapılan ince revizyonlar ve teknik detaylardaki iyileştirmeler modelleri daha hafif, daha dengeli ve daha konforlu hale getiriyor. Yeni menteşe tasarımı yalnızca estetik bir müdahale değil; aynı zamanda yapısal bir bütünlüğün parçası olarak kurgulanıyor. Bu yaklaşım, Hally & Son'ın tasarım Dna'sında yer alan mimari referanslara işaret ediyor. Hally & Son'ın yeni koleksiyonu, geçmişe saygı duyan ancak tasarımı tekrar etmeyen bir yaklaşım sergiliyor. İmza detayındaki konum değişikliği, markanın kendi arşivine dönerek onu yeniden yorumlama cesaretini ortaya koyuyor. Vintage karakter, mimari ilham ve teknik incelelikle birleşerek koleksiyonu hem ticari açıdan güçlü hem de tasarım dili açısından ayırt edici bir noktaya taşıyor.





Woodys'in Unique Bakery Serisi Genişliyor

Woodys çok beğenilen Unique Bakery koleksiyonuna 25 yeni güneş gözlüğü modeli ekliyor. Gözlük üretiminde 13. yılını kutlayan ve Türkiye pazarına sadece Optic844 güvencesi ve garantisiyle ulaşan Woodys, bir kez daha tasarım çitasını yukarıya taşıyarak yeni Unique Bakery modellerini beğenilere sunuyor. Özel fırınlama ve çoklu aşamalardan geçirilen doğal bazı asetatların mükemmel laminasyonu ile oluşturulan Unique Bakery serisi ahenkli bir renk cümbüşü sunuyor. Yeni modellerde birbirini ideal bir şekilde tamamlayan renk kombinasyonları ve trend belirleyici çerçeve formları dikkat çekiyor. Her tasarımın sap ucunda üzeri asetat ile kaplanmış ahşap kakmalar bulunan bu özel çerçeveler Carl Zeiss tarafından üretilmiş camlarla tamamlanmaktadır. Koleksiyona eklenen 10 kadın, 10 erkek ve 5 üniseks güneş modeli, kullanıcılara; hak ettikleri gibi özel hissettiren, göz sağlıklarını ön planda tutarak net görüş sağlayan ve tarzlarını ortaya çıkaran görünümünü sunuyor. Asetat gözlüklerde; konfor, sağlamlık, hafiflik ve detaylardaki kalitesiyle zirveye ulaşan Woodys; tüm koleksiyonu ve yeni Unique Bakery modelleri aracılığıyla önümüzde sezonu karakterlerini yansıtan gözlüklerle geçirmek isteyen kullanıcılar ve ürün portföyünde farklılaşmak isteyen optik mağazalar için ideal alternatifler sunuyor.

Anna-Karin Karlsson Işığın Heykelle Dönüştürüyor

Faset optik gözlükler, Anna-Karin Karlsson tasarımlarında sanatsal bir boyut kazanıyor. Heykelsi formlar, ışık yansımaları ve dramatik tasarım diliyle şekillenen her model, adeta takılabilir bir sanat eserine dönüşüyor. Fasetli yüzeyler derinlik, hareket ve görsel etki yaratırken, gözlüğü sıradan bir aksesuardan güçlü bir stil ifadesine dönüştürüyor. Kusursuz işçilik ve cesur tasarım anlayışı, markanın her detayında kendini hissettiriyor. Pb Gözlük aracılığıyla Anna-Karin Karlsson'ın ikonik tasarımları Türkiye'deki lüks gözlük severlerle buluşuyor ve sanat, moda ile zanaatkarlığı bir araya getiren özel bir deneyim sunuyor. Her modelde geleneksel optik işlevsellik, yüksek moda estetiğiyle buluşuyor. Anna-Karin Karlsson çerçevelerinde kullanılan materyaller, sadece fonksiyonel olmakla kalmıyor; optik tasarımı olağanüstü bir görsel zenginlikle buluşturuyor. Marka koleksiyonlarını; 24 ayar altın, titanyum gibi seçkin materyaller ve el işçiliğiyle yerleştirilmiş inci, kristal, zümrüt gibi değerli taşlarla zenginleştirilmiş detaylarla sunuyor. Her model, Anna-Karin Karlsson'un couture ruhunun, sanatla moda arasındaki sınırları kaldıran vizyonunun birer yansıması olarak tasarlanıyor. Pb Gözlük aracılığıyla Anna-Karin Karlsson'ın ikonik faset tasarımları Türkiye'deki lüks gözlük severlerle buluşuyor ve sanat, moda ve zanaatkarlığı bir araya getiren özel bir deneyim sunuyor.



Woodys





Tom Ford 2026 Lansmanı Göz Kamaştırdı

Prestijli gözlük ve optik markalarını Türkiye ile buluşturan Merve Optik, Tom Ford Eyewear 2026 koleksiyonunun tanıtımını Çırağan Palace Kempinski İstanbul'da gerçekleştirdi. Cemiyet, moda ve sanat dünyasının seçkin isimlerini bir araya getiren davette, Tom Ford Eyewear'ın modern lüks vizyonunu yansıtan yeni sezon modellerini yakından keşfetme fırsatı sunuldu. Özel davete katılan isimler arasında yer alan Nebahat Çehre, Sinem Kobal, Ebru Akel, Yasemin Tatlıses, Yasemin Ergene, Asya Başol, Nazife Özcan, Serap Korkmaz Arslan, Lale Zuzanna Karabulut ve Züleyha Kuru gibi konuklar, Tom Ford koleksiyonunun ikonik tasarım kodlarını çağdaş yorumlarla buluşturan yeni modellerine büyük ilgi gösterdi. Tom Ford Eyewear 2026 koleksiyonu, güçlü silüetleri, incelikle işlenmiş detayları ve markanın karakteristik tasarım diliyle öne çıkıyor. Vintage referansları modern estetikle buluşturan yeni çerçeveler, üstün malzeme kalitesi ve titiz işçilik anlayışıyla dikkat çekiyor. Koleksiyon, stilini güçlü bir duruşla ifade eden ve zamansız şıklığı benimseyen kullanıcılar için tasarlandı. Merve Optik, global ölçekte prestijli gözlük ve optik markalarını Türkiye pazarıyla buluşturma vizyonunu sürdürürken, Tom Ford Eyewear 2026 koleksiyonunu stil odaklı ve rafine bir deneyimle tanıttı.

Swarovski Sofistike Işıltı Sunuyor

Swarovski'nin Lucent mücevher serisinin cesur enerjisinden ilham aldığı güneş gözlüğü koleksiyonu, renk, biçim ve neşeli bir ihtişamı keşfediyor. Swarovski, ikonik mücevher klipslerini yenilikçi bir menteşe konseptiyle yeniden tasarlayarak; parlak, grafiksel ve kendinden emin bir modernlik vadeden güneş gözlüklerinde kullandı. Marka, şık asetat silüetleri yarım kesim kristalin metal detaylarla kusursuz bir uyum içinde bir araya geldiği, Lucent ilhamlı özel menteşe ile her görünümü güvenle mükemmelleştiriyor. Başka bir zarif tasarım, Lucent Spike küpelerin ruhunu yansıtıyor. Keskin asetat ön kısmı, pave ve yarım kesim kristallerle süslenmiş cesur saplarla dengelenerek çarpıcı ve stil sahibi bir görünüm sunuyor. Cesur bir ifade yaratmak için tasarlanan SK6045U güneş gözlüğü modeli; şık asetat saplarda metal ile kusursuz bir şekilde birleştirilmiş tek bir özel yarım kesim kristal içeren, Lucent'ten ilham alan yeni bir menteşe sunuyor. Moderne asetat formu, tasarımın çağdaş cazibesini daha da artırıyor. Cesur çizgileriyle öne çıkan SK6046 güneş gözlüğü ise lüksü modern bir dokunuşla birleştiriyor. Swarovski'nin yeni Lucent Spike küpelerinden ilham alan bu model, şık ve yüzü saran asetat ön çerçeve ile hem pave kristal hem de yarım kesim kristal içeren çarpıcı ve dikkat çekici sapları bir araya getiriyor.



Ossié

www.merveoptik.com

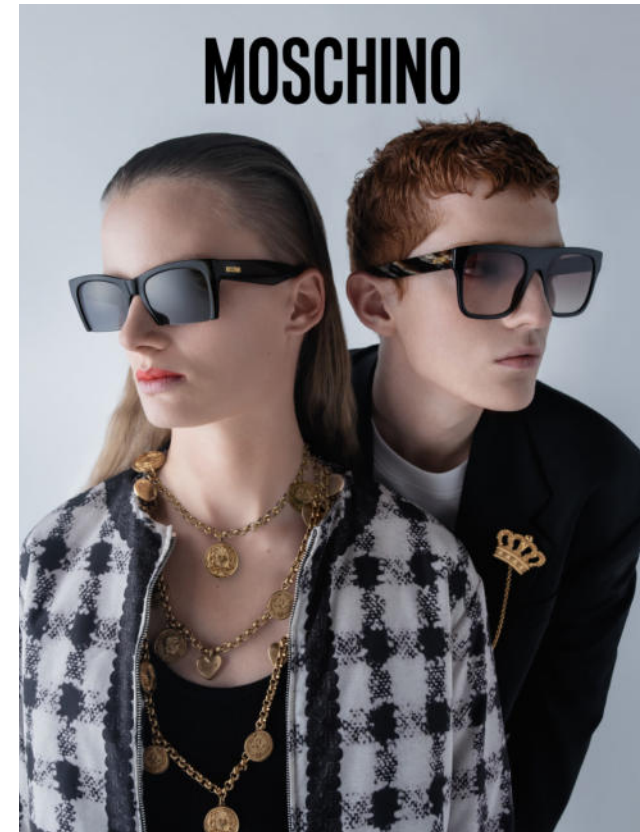


Ahlem Gerçek Özgürlüğü Kucaklıyor

Ahlem, her şeyin optimize edildiği, prova edildiği ve kesinliğe dönüştürüldüğü kontrol yüklü bir dünyada ancak özgürlüğün ve doğaçlama tasarım anlayışının sunabileceği bir estetik zarafetin izini sürüyor. Marka, 2026 İlkbahar/ Yaz koleksiyonunda yapı ile teslimiyet, disiplinli çizgiler ile özgür formlu denaysellik arasındaki gerilimi araştırıyor. Çerçeveler, özgün deneyimlerin spontane doğasına alan açıyor; kullanıcısını, sezmeye ve yalnızca 'var olma haline' davet ediyor. Markanın Kurucusu ve Kreatif Direktörü Ahlem Manai-Platt, koleksiyonun çıkış noktasıyla ilgili olarak, "Japonya'nın Hokkaido bölgesindeki sessizlikte, beklenmedik bir özgürlük hissi yaşadım. Ağırılık yoktu. Beklenti yoktu. Sınır yoktu. Hayal gücümün filtresiz ve sınırsız bir şekilde akmasına izin verdim. Yeni serideki çerçeveler, tamamen kendin olmanın sağladığı saf özgürlük hissini taşıyor" diyor. Ahlem'in 2026 İlkbahar/Yaz koleksiyonu; sezgiyle şekillenen, doğaçlamayla ilerleyen ve gerçek özgürlüğün nadir ayrıcalığını kutlayan bir anlatı sunuyor. Türkiye'de Ahlem, seçkin gözlük markalarını kürasyon yaklaşımıyla sunan Atölye Gözlük tarafından temsil edilmekte ve Atölye Gözlük mağazalarının yanı sıra markanın estetik ve zanaatkarlık anlayışıyla örtüşen seçili satış noktalarında yer almaktadır.

Moschino'nun Güneş Stilleri Göz Alıyor

Moschino yeni sınırlı sayıda üretilen güneş gözlüklerini sunuyor. Markanın yeni modellerinden Mos 204/S, metal yapıya sahip oval formu ve ön yüzeyini tamamen süsleyen ışıltılı kristalleriyle göz kamaştırıcı bir şıklık sunuyor. Model, altın yansımali ayna efektiyle tamamlanan gri camlarla ve dikkat çekici düz sap tasarımıyla öne çıkıyor. Sapların üzerinde ise zarif bir şekilde işlenmiş Moschino logosu yer alıyor. Sadece 250 adet üretilen bu özel model; gri/altın aynalı camlar, asetat uç detaylı siyah saplar ve altın metal gövdeyle göz kamaştırıyor. Moschino'nun asetat malzemeden üretilen yeni üniseks güneş gözlüğü modeli Mos 203/S ise keskin hatları, tasarımındaki incelikli detayları ve modern görünümüyle sofistike bir duruş sergiliyor. Mos 203/S'in ön yüzeyinde yer alan cut-out (kesik form) detayı, yapı sökücü bir tasarım anlayışını simgeleyerek çerçeveye kavramsal bir derinlik katıyor. Markanın güneş stilinin saplarında tercih ettiği kalın çizgiler, sap üzerine zarif bir şekilde işlenen Moschino logosu ile tamamlanıyor. Moschino, Mos 203/S'i sadece güneş gözlüğü olarak değil, optik camlarla da uyumlu olacak şekilde tasarladı. Model, siyah çerçeve ile gri cam ve Havana çerçeve ile kahverengi cam olmak üzere iki farklı renk kombinasyonu ile sunuluyor.



Starlens 1.6 AS UV420 BRC SHMC LV+ Stok Camı

Üstün Performans

- Daha az yansıma, daha şeffaf görüş
- Zararlı mavi ışığa karşı koruma
- Gelişmiş ışık geçirgenliği, daha net ve rahat görüş
- Çizilmeye karşı korumalı, su, leke, toz vb. yüzeyde tutmaz
- Daha kolay temizlenir, daha uzun ömürlüdür

Starlens 1.6 AS Stok camı Üstün Bluecut Mavi ışık korumalı HD gözlük camları

- Düşük yansıma
- Kristal berraklığında cam rengi
- Yüksek çözünürlük
- Yüksek ışık geçirgenliği



- ### Klasik Bluecut Mavi ışık korumalı gözlük camları
- Yüksek geri yansıma
 - Sarımsı cam rengi
 - Düşük ışık geçirgenliği



Çekilen fotoğrafta cam yansıması olmaz



Zararlı mavi ışığa karşı mükemmel koruma



Rahat kullanım



HIGH
TRANSPARENCY



ANTI-BLUE
LIGHT



ANTI-UV



ANTI-SCRATCH



STAIN
RESISTANT



WATERPROOF

starlens.com.tr





Modo Akıllı Gözlük Markasını Tanıttı

New York merkezli gözlük şirketi House of Modo, yeni akıllı gözlük markası EyeFly'ı beğenilere sunuyor. EyeFly, markanın hafiflik, dayanıklılık ve gün boyu konfor anlayışını yeni nesil akıllı gözlük teknolojisiyle bir araya getiriyor. Gözlüğe entegre edilen ses teknolojisi sayesinde kulaklık, kablo ya da ekran kullanmadan müzik ve podcast dinlenebiliyor, telefon görüşmeleri yapılabilir ve yapay zeka asistanlarıyla etkileşim kurulabiliyor. Akıllı sapların değiştirilebilir olması ile EyeFly, teknolojiyi ihtiyaç duyulduğunda kullanma ya da tamamen geride bırakma özgürlüğü sunuyor. Bu yaklaşım, teknolojiyle iç içe bir yaşam sürerken aynı zamanda ondan bilinçli şekilde uzaklaşmayı tercih eden kullanıcılar için güçlü bir alternatif oluşturuyor. House of Modo Kurucusu ve Ceo'su Alessandro Lanaro, "Günümüz giyilebilir teknolojisinin işlevselliğini, premium görünüm sunan ve o hissi yaşatan çerçevelerde bir araya getiren EyeFly ile teknoloji dünyasına adım atmaktan heyecan duyuyoruz. Yalnızca sese odaklanarak hem kendi gizliliğinizi hem de konuştuğunuz kişinin gizliliğini korurken bağlantıda kalmanızı sağlayan open-ear deneyimi sunuyoruz. Günlük kullanım için videonun sadece gereksiz değil, aynı zamanda rahatsız edici olabileceğine inanıyoruz. Bu nedenle 'Sound in Motion' büyük bir potansiyel taşıyor ve optik sektöründe bu yeni kategorinin lideri olmayı hedefliyoruz" dedi.

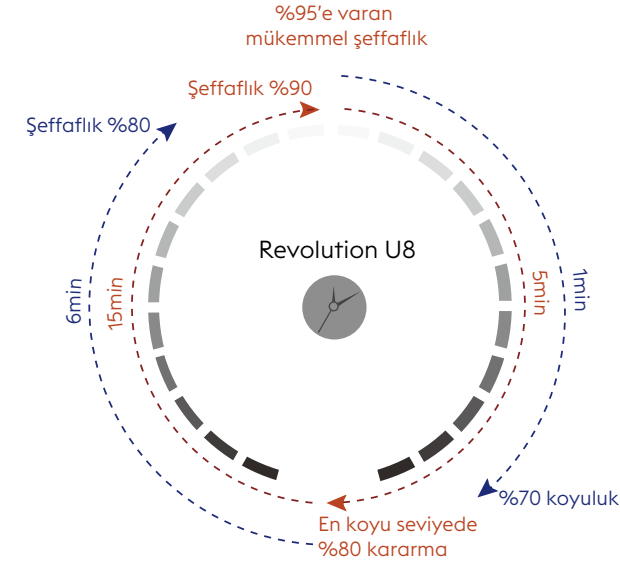
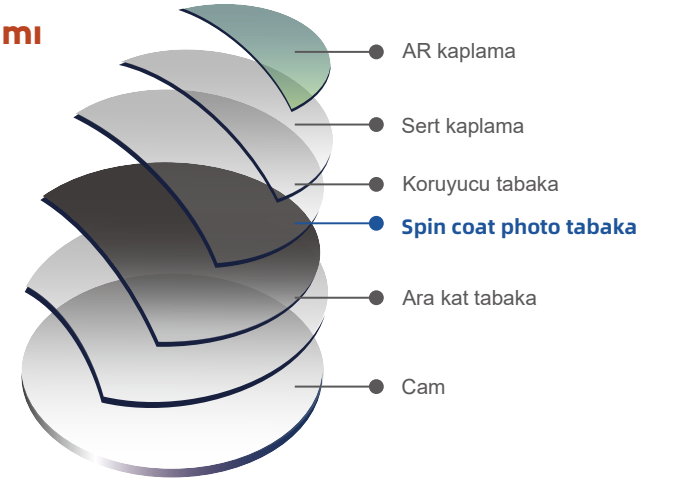
Vasuma Özgürlüğü Vadediyor

Vasuma, modern gözlük kültüründe ifade özgürlüğünü, yaratıcılığı ve bireyselliği temsil eden güçlü marka kimliğiyle öne çıkıyor. Stockholm merkezli marka 1950'ler ve 1960'ların vintage estetiğini çağdaş tasarım anlayışıyla harmanlayarak kendine özgü bir tasarım dili sunuyor. Vasuma, zamansız formları modern detaylarla yeniden yorumlayarak karakterli çerçeveler ortaya koyuyor. Koleksiyonlarında genellikle üniseks bir yaklaşım benimseyen marka, farklı yüz tiplerine hitap eden dengeli silüetler sunarken abartıdan uzak ama güçlü bir duruş vadediyor. Popüler kültür, müzik ve sanat referansları markanın tasarım sürecinin önemli bir parçasını oluşturuyor; Vasuma'nın bu çok yönlü yaklaşımı koleksiyonlarını klasik trend döngülerinin ötesine taşıyor. Vasuma, yüksek kalite asetat ve titiz işçilikle üretilen çerçevelerinde estetik ile konforu dengeli bir yapıda bir araya getirerek uzun ömürlü kullanım vadediyor. Dünya genelinde 1.000'den fazla bağımsız optik noktada yer alan marka, özgün tasarım dili sayesinde küresel ölçekte güçlü bir konuma sahip bulunuyor. Pb Gözlük kürasyonu ile Türkiye pazarında sunulan Vasuma koleksiyonları, çağdaş tasarım anlayışını bireysel stil arayışıyla buluşturarak gözlük severlere karakterli ve rafine bir alternatif sunuyor.



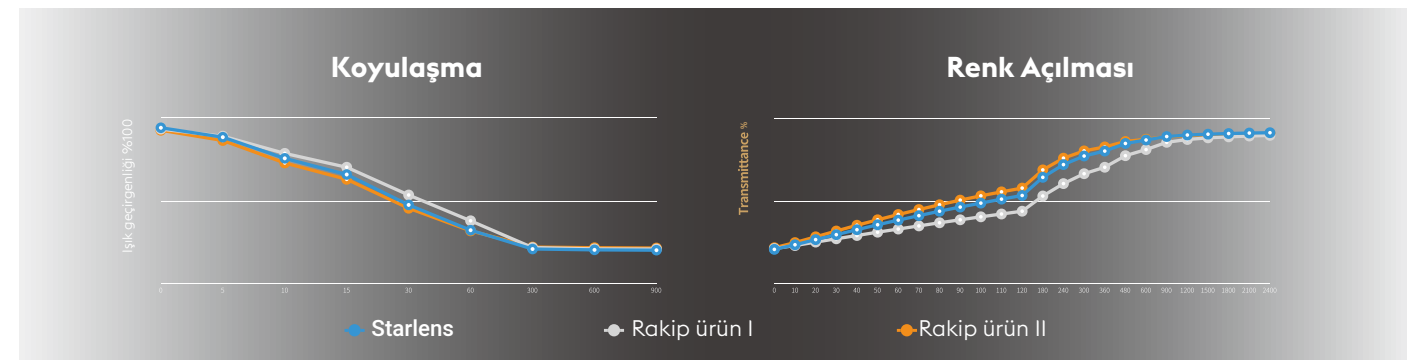
Starlens 1.56 Photo BR/GR BRC SHMC Stok Camı Mavi ışık korumalı fotokromik gözlük camı

- Saf Renk Ayarı
- Kusursuz Netlik
- Süper Hızlı Tepki Süresi
- Mükemmel Dayanıklılık



Mükemmel Performans

- Mükemmel füme veya kahverengi
- Daha hızlı koyulaşır ve açılır
- İç mekanda tam şeffaf, dışarda %95'e varan renk açıklığı
- Yüksek sıcaklıklarda bile mükemmel renk kararması sağlar.





Quantum Yeni Yılda Çıtayı Yükseltiyor

Yeni yıla yüksek bir tempoyla giriş yapan Arıkan Group, 2026 boyunca bölgesel bayi toplantıları aracılığıyla iş ortakları ile olan iletişimini güçlendirmeyi sürdüreceğini açıkladı. Şirketin 'bizimlekazan' mottosunu temel alan bu buluşmalarda koleksiyonlarını satışa sunan Arıkan Group, özellikle güneş serilerinden olumlu geri bildirimler aldı. Arıkan Group; Quantum'un bizote kesim renkli camları gibi özgün tasarım çizgisiyle öne çıkan koleksiyonlarının, Belmond'un feminen geometrik çerçeveleri ve zamansız çizgideki parçalarıyla zenginleştiği geniş bir ürün dengesi sunuyor. Yeniliğin izini süren ve 2026'da güçlenen Quantum, güneş koleksiyonunda çarpıcı çerçeve tasarımlarını renkli camlarla buluşturarak dikkat çekiyor. Metal çerçevelerde çift köprü detayının modern yorumu, markanın karizmatik çizgisini daha da belirginleştiriyor. Aynı yaklaşım optik ve klipsli modellerde de devam ediyor ve Quantum hem tasarım çizgisini hem de kalite standardını her sezon ileri taşıyor. Günlük kullanıma uygun, konfor odaklı malzemelerdeki gelişmeleri yakından takip eden marka; Nxt ve Japon titanyumu gibi ileri teknolojileri koleksiyonlarına ustalıkla entegre ederek 2026'da da fark yaratan, ergonomiyi güçlendiren çözümler sunuyor.

Arma Lens Yeni Mood She'yi Sunar

Arma Lens, üç aylık Mood kontakt lens serisinin gördüğü yoğun ilgi ve kullanıcı memnuniyetinin ardından, seriyi yeni renk seçenekleriyle zenginleştirdiği Mood She koleksiyonunu beğenilere sunuyor. Mood She koleksiyonu; ela, yeşil, gri ve mavi tonlarının en doğal ve feminen yansımalarını bir araya getiriyor. Gözle aşırı kontrast oluşturmayan, irisle bütünleşen ve bakışlara yumuşak bir derinlik kazandıran yepyeni Mood She renkleri, özellikle daha rafine ve günlük kullanıma uygun alternatif arayan kullanıcılar için tasarlandı. Mood She koleksiyonu, uzun yıllardır Arma Lens tercih eden kullanıcıların doğal görünümlü renk talepleri doğrultusunda geliştirildi. Üç aylık kullanım ömrüne sahip olan seri, -0.50 ile -6.00 aralığında miyop dereceli seçenekler sunarak estetik beklentiye optik ihtiyaçla bir araya getiriyor. 14.2 mm çap ve 8.6 mm baz eğrisi değerleriyle standart ölçülerde üretilen lensler, konforlu yapısıyla gün boyu rahat kullanım hedefliyor. Arma Lens'in Mood She koleksiyonu, doğal renk paleti ve kullanıcı odaklı teknik özellikleriyle segmentinde güçlü bir alternatif sunuyor. Yeni Mood She koleksiyonu yalnızca Arma Lens'in yetkili ve seçkin bayileri aracılığıyla tüketicilerle buluşuyor.



QUANTUM EYEWEAR



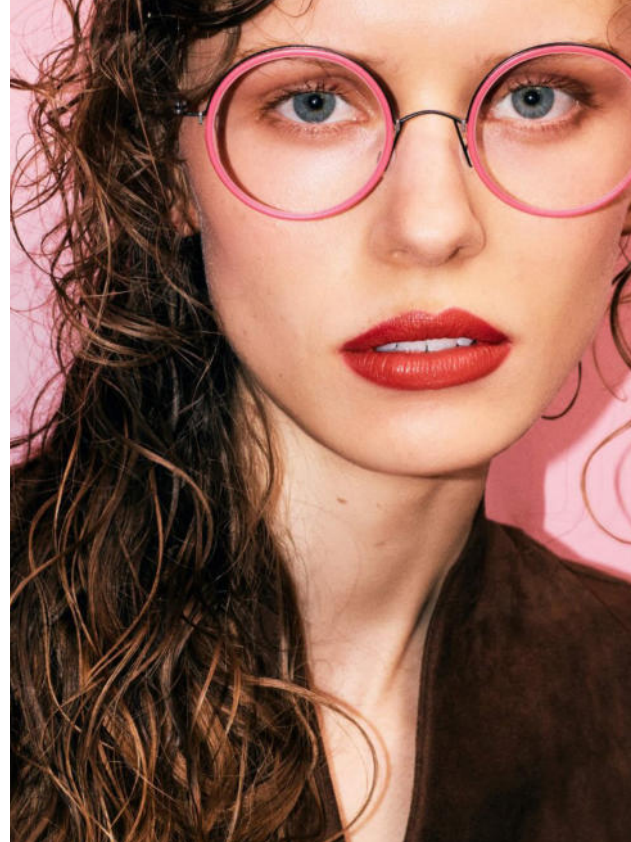


Belmond ve Lee Cooper'dan Yeni Güneş Serileri

Arıkan Group, Belmond'un yeni güneş koleksiyonunda hacimli asetat çerçeveleri güçlü metal dokunuşlarla bir araya getirerek yıla iddialı bir başlangıç yapıyor. Koleksiyonda trend formlar Belmond'un çizgisiyle yeniden yorumlanırken, modası geçmeyecek modern seçenekler öne çıkıyor. Çekik formlar daha genç bir silüet sunarken, ikonik metal sap detaylarıyla tamamlanan modeller güçlü bir tavır sunuyor. Daha sade bir görünüm arayanlar için ise minimal asetat çerçeveler, koleksiyonun dengeli yapısını tamamlayarak farklı zevklere aynı seçki içinde yer açıyor. Belmond'un 2026 yaklaşımı yalnızca güçlü modeller sunmakla sınırlı değil; marka, ürün dengesi ve segment çeşitliliği ile raflarda daha bütünlüklü bir tablo oluşturmayı hedefliyor. Lee Cooper'ın yeni koleksiyonu ise dinamik şehir temposunu çerçeve tasarımlarına taşıyarak enerjisini ilk bakışta hissettiriyor. Blok cam kullanımıyla 'fazlasına gerek yok' diyen marka; hareketli sap detayları genç ruhunu daha da görünür kılıyor. Hacimli asetat formlar, kalın metal dokunuşlar ve farklı sap kurgularıyla zenginleşen seçkide, raflarda dikkat çekecek pek çok alternatif yer alıyor. Trend parçalara güncel yorumlar getiren Lee Cooper, trendi yakından takip eden ve yeni modelleri denemeyi seven müşteri profiline ulaşılabilir seçenekler sunuyor.

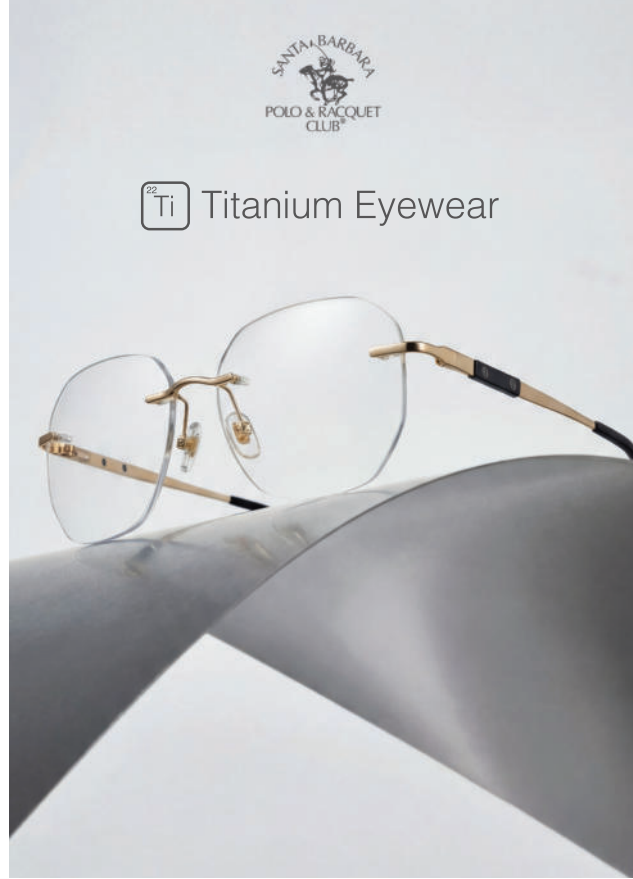
Markus T Çağdaş Lüksü Yeniden Tanımlıyor

Markus T, yeni Design serisi ile çağdaş lüks anlayışını yeniden tanımlıyor. Mimari netlik, sofistike sadelik ve ileri teknolojiyle şekillenen bu yeni koleksiyon, modern stilin rafine bir yansıması olarak konumlanıyor. Design Serisi, yalnızca bir gözlük koleksiyonu değil; güçlü bir duruşun, bilinçli bir estetik anlayışın ve kusursuz detayların ifadesi niteliği taşıyor. Yeni seri, Markus T'nin ileri mühendislik birikimini yüksek moda bakış açısıyla buluşturuyor. Ultra hafif malzemelerle üretilen çerçeveler gün boyu konfor sunarken; tasarımların ergonomik yapıları yüzle mükemmel uyum sağlıyor. Keskin ama dengeli formlar, minimal tasarım çizgileriyle birleşerek sofistike silüetler oluşturuyor. Her model, şehir yaşamının temposuna uyum sağlayan modern ve iddialı bir karakter taşıyor. Design serisindeki mat dokular, rafine renk tonları ve pürüzsüz yüzey bitişleri; koleksiyona zamansız lüks etkisini kazandırıyor. Abartıdan uzak ama etkisi güçlü bu tasarımlar, stilini detaylarla ifade eden kullanıcılar için tasarlandı. Markus T, Design ile geçici trendlerin ötesinde kalıcı bir estetik anlayış sunuyor. Markus T Design serisi, modayı takip etmek yerine kendi çizgisini oluşturan, net ve özgüvenli bir stil arayanlar için tasarım, teknoloji ve konforun kusursuz birlikteliğini temsil ediyor.



Belmond
EYEWEAR





Faset Optik Gözlüklerde Titanyumun Gücü

Santa Barbara Polo & Racquet Club, zamanın ötesine geçen tasarım anlayışıyla hazırladığı yeni koleksiyonunda, şıklık ve teknolojiyi kusursuz bir dengede buluşturuyor. Koleksiyonun öne çıkan Faset ürün grubunda kullanılan titanyum malzeme, hafifliği, dayanıklılığı ve modern görünümüyle estetikte teknolojik bir adımı temsil ediyor. Titanyumun sunduğu esneklik ve uzun ömürlü yapı, çerçevelerde hem konforu hem de performansı ön plana çıkarıyor. İnce fakat sağlam form dili, ileriye dönük tasarım anlayışıyla birleşerek modern şehir stiline uyum sağlayan dengeli silüetler ortaya koyuyor. Koleksiyonda yer alan modeller, klasik ve çağdaş çizgiler arasında kurulan estetik bütünlük sayesinde geniş bir kullanıcı kitlesine hitap ediyor. Güncel trendlerin tasarımcıları aracılığıyla yakından takip edilmesiyle şekillenen bu özel optik gözlükler, Daniel Klein Group'un özgün yorumu ve tasarım gücüyle birleşerek güçlü bir stil ifadesine dönüşüyor. Rafine detayları ve yenilikçi malzeme kullanımıyla dikkat çeken koleksiyon, daha ilk günden itibaren yoğun ilgi görerek sayısız optik mağazanın raflarındaki yerini aldı. Santa Barbara Polo & Racquet Club'un titanyum dokunuşlu bu seçkin tasarımları, trend ürün anlayışını yeniden tanımlarken, zamansız şıklığı günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline getiriyor.

Mila ZB Çiçeklerin Zarafetini Aktarıyor

Mila ZB, yeni koleksiyonunda ilhamını çiçeklerden alıyor. Formlar, renk geçişleri ve yüzeylerdeki yumuşaklık; doğadaki çiçeklerin narin yapısını yansıtıyor. Her model, feminenliğin tek bir tanımı olmadığını; zarafet, ifade gücü ve dönüşümün bir arada var olabileceğini hatırlatıyor. Bu koleksiyon, detaylara önem veren, takı estetiğini seven ve stilini moda sisteminin dayattıklarından çok kendi seçimleriyle tanımlayan kadınlara hitap ediyor. Günlük hayattan özel anlara uzanan bir kullanım alanı sunuyor. Marka, bu sezon çiçek temasını yalnızca dekoratif bir referans olarak değil; yapısal bir tasarım yaklaşımı olarak ele alıyor. Yumuşak hatlar, akışkan geçişler ve dengeli oranlar çerçeve formlarında belirgin bir bütünlük oluşturuyor. Keskin kontrastlardan kaçınan, daha uyumlu ve rafine bir silüet anlayışı koleksiyonun genel karakterini tanımlıyor. Bu yaklaşım, feminen estetiği klişelerden uzaklaştırarak daha güçlü ve bilinçli bir ifade alanına taşıyor. Renk paletinde doğadan izler taşıyan tonlar dikkat çekiyor. Işığa göre değişen yüzey etkileri ve ince detaylarla zenginleşen çerçeveler, takı estetiğini çağrıştıran bir incelik sunuyor. Bu detaylar, modelleri yalnızca işlevsel bir aksesuar olmaktan çıkartıp stilin merkezine yerleştiriyor.

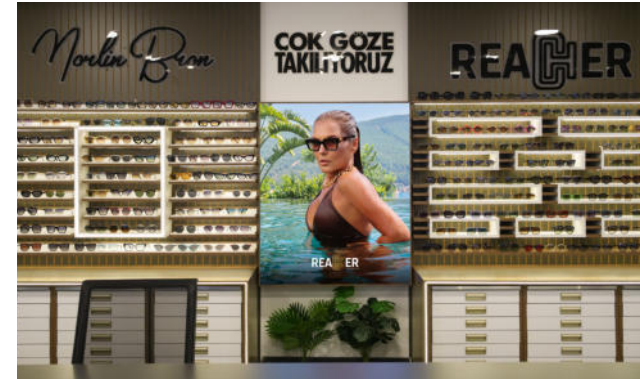




Showroomu ile Sergilemenin Ötesine Geçiyor

Zeno Grup Optik, yeni merkezinde konumlanan modern showroom alanıyla iş ortaklarına daha güçlü, daha verimli ve daha kapsamlı bir deneyim olanağı sunuyor. Zeno Grup Optik'in 600 metrekarelik genişliğiyle dikkat çeken bu alanı, iş ortakları için sadece ürünlerin sergilediği bir mekan olmanın ötesine geçiyor. Firma bu özel alanda; markalarının vizyonunun paylaşıyor, koleksiyonlarının en doğru şekilde deneyimlenmesi fırsatı sunuyor ve yeni iş ortaklıklarının geliştiği profesyonel ve çok yönlü bir platform vadediyor. Zeno Grup Optik'in tüm markalarını tek bir çatı altında buluşturan showroom, ziyaretçilere koleksiyonları yakından inceleme, ürünleri detaylı biçimde değerlendirme ve markaların tasarım anlayışını doğrudan deneyimleme fırsatı sunuyor. Modern mimari yaklaşımda konfor ve verim odaklı tasarlanan ve ferah atmosferiyle dikkat çeken showroom, firmanın iş ortaklarının ihtiyaçlarına göre hızlı ve etkili sunum yapılmasına olanak tanırken, etkin bir iş süreci için gerekli tüm altyapıyı da bünyesinde barındırıyor. Ergonomik bir yaklaşımla düzenlenen showroom; hem koleksiyonların düzenli ve anlaşılır bir şekilde sunulmasını sağlıyor hem de ziyaretçilere konforlu ve rahat bir deneyim alanı yaratıyor.

Aynı anda birden fazla markanın koleksiyonunun sergilendiği bu geniş alan, iş ortaklarının tüm ürün gruplarını tek noktada inceleyebilmesine olanak tanıyor. Zeno Grup Optik'in, markalarına ait koleksiyonları bütünsel yapıda tek bir ortamda sunması; iş ortaklarının daha net, daha hızlı değerlendirme yapabilmesinin ve karar sürecinde zamanı daha verimli kullanabilmesinin önünü açıyor. Zeno Grup Optik showroomu yalnızca ürün sergileme alanı değil; aynı zamanda yeni koleksiyon lansmanlarının, özel sunumların ve iş ortaklarına yönelik birebir marka deneyiminin gerçekleştirildiği önemli bir buluşma noktası olarak konumlanıyor. Profesyonel sunum altyapısı sayesinde iş ortaklarına daha etkin, hızlı ve verimli bir çalışma ortamı sunulurken, markaların vizyonu da en doğru şekilde aktarılıyor. Zeno Grup Optik, showroom alanıyla iş ortaklarıyla kurduğu güçlü bağın ve sürdürülebilir iş modelinin altını bir kez daha çiziyor. Güçlü koleksiyonlar, yenilikçi tasarım yaklaşımı ve profesyonel hizmet anlayışıyla şekillenen bu özel alan, firmanın sektördeki konumunu pekiştirirken, iş ortaklarına da ayrıcalıklı bir deneyim sunmaya devam ediyor.



REAHER

EYEWEAR

reachereyewear.com @reachereyewear



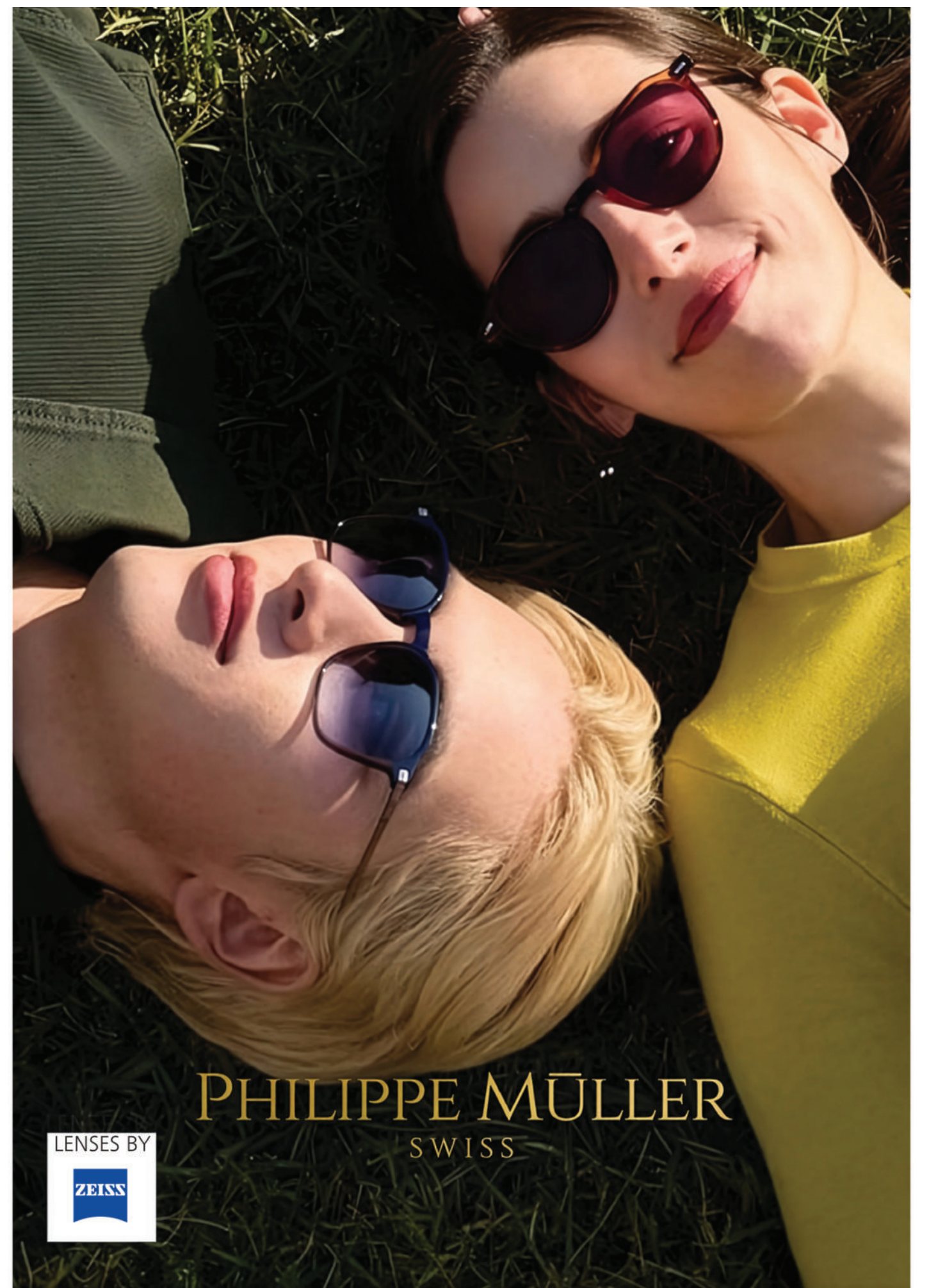


Rafine Stiller Kaliteyle Buluşuyor

Philippe Müller koleksiyonu premium tasarım ve üstün kaliteyi buluşturuyor. Marka, tasarım sürecinde detaylara verdiği önemle öne çıkarken, ürün geliştirme aşamasında hem estetik hem de teknik performansı birlikte ele alıyor. Koleksiyonda kullanılan Zeiss camlar; net ve konforlu bir görüş sağlarken UV koruması sunuyor ve uzun süreli kullanımda göz yorgunluğunu azaltmaya yardımcı oluyor. Titanyum IP kaplama teknolojisi ve özenle işlenen çerçeve detayları, ürünlerin dayanıklılık ve yüzey kalitesi açısından üst segmentte konumlanmasını destekliyor. Hafif yapısıyla dikkat çeken modeller, gün boyu kullanımda konfor sunacak şekilde tasarlanırken zarif ve dengeli bir silüet ortaya koyuyor. İnce işçilikle şekillenen çerçeveler, markanın kalite odaklı üretim anlayışını yansıtan teknik çözümlerle tamamlanıyor. Esnek ve sağlam yapı, deformasyona karşı direnç sağlayarak uzun ömürlü kullanım hedefi sunuyor. Retro esintilerin modern çizgilerle bir araya geldiği tasarım dili ise koleksiyona zamansız bir karakter kazandırıyor. Philippe Müller, Efor Optik'in özel seçkisiyle hem teknik donanımı hem de rafine stil anlayışını getiriyor.

Kyme, Giant ile Cesur Silüetlerini Sunuyor

Kyme'nin zamansız zarafeti çağdaş teknik detaylarla buluş-turan koleksiyonu Giant, ölçüyü fiziksel boyutlardan çok duruş ve ifade gücüyle ilişkilendirirken, cesur oranlara sahip çerçevelerle güçlü silüetler ortaya koyuyor. Koleksiyonda büyük boy kedi gözü formlar, belirgin yuvarlak çerçeveler ve keskin dikdörtgen tasarımlar modern detaylarla yeniden ele alınıyor. Çağdaş vintage olarak tanımlanabilecek tasarım anlayışı, geçmişin karakterli çizgilerini güncel oranlarla dengeliyor. Siyah ve gri gibi klasik tonlar; şeffaf dokunuşlar ve neon vurgularla zenginleştirilerek daha dinamik bir renk paleti oluşturuyor. Markanın Glasant modeli ise geleneksel çerçevesiz gözlükleri modern bir yorumla yeniden kurguluyor; ön planda konumlanan cam yapısı ve hafif hissiyatıyla minimalizm ile iddialı tasarım arasında dengeli bir duruş sunuyor. Optik modellerde sap içindeki metal çekirdeğin görünür kılınması, koleksiyona teknik bir ifade kazandırırken el işçiliğine yapılan vurguyu da güçlendiriyor. Premium asetatlar, titanyum ve paslanmaz çelik gibi malzemeler; dayanıklılık, hafiflik ve konfor kriterleri gözetilerek tercih ediliyor. Çevre dostu üretim Giant'ın gelecek perspektifini destekleyen yönüne işaret ediyor. Markanın imzası niteliğindeki Pusula Güllü sembolü ise sap uçlarında yer alarak özgürlük, yön bulma ve sürekli gelişim fikrini temsil ediyor.



PHILIPPE MÜLLER
SWISS



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

GROUNDING FOR MATTER

MIDO 2026
LIVE THE WONDER

Trendler, Teknoloji ve Etkileşimle Pazara Yön Verdi

31 Ocak–2 Şubat tarihleri arasında Milano’da 54. kez düzenlenen Mido fuarı hem katılımcı hem de ziyaretçi sayıları açısından bir önceki yılın seviyesini koruyarak sektörün dayanıklılığını ve sürekliliğini ortaya koydu.

Mido 2026, ekonomik belirsizlikler, jeopolitik gelişmeler ve Kış Olimpiyatları gibi küresel etkenlerin gölgesinde gerçekleşmesine rağmen, optik endüstrisinin en önemli uluslararası buluşma noktası olma konumunu bir kez daha pekiştirdi. Fiera Milano Rho’da 7 salona yayılan 8 ayrı sergi alanında, yaklaşık 42 bin ziyaretçi ve 930’u uluslararası olmak üzere toplam 1.200 katılımcı firma ağırlandı. Avrupa ülkeleri özellikle Almanya, Fransa ve İspanya güçlü bir şekilde temsil edilirken; Afrika, Orta Doğu ve Asya’dan artan katılım gelişmekte olan pazarların sektörün geleceğindeki önemini ortaya koydu. Kuzey Amerika’dan gelen ziyaretçi sayısı ekonomik baskılara rağmen istikrarını korurken, İtalya iç pazarındaki sınırlı düşüş genel ekonomik koşullarla paralel bir seyir izledi. Buna ek olarak 16 bini aşkın katılımcı firma çalışını da fuar süresince alanda yer aldı.

İş dünyası, kültür ve vizyon bir arada

Mido 2026, yalnızca ticari bağlantıların kurulduğu bir fuar olmanın ötesine geçerek kültürel ve eğitsel yönüyle öne çıktı. Küresel profesyoneller için güçlü bir ticaret platformu sunarken, pazarlama ve hikâye anlatımının sektördeki önemini de vurguladı. Marka kimliği ve görünürlük stratejileri, firmaların fuar sonrasında da hedef kitleleriyle bağ kurmasını sağladı ve etkinliği yıl boyu etkisini sürdüren bir referans noktası haline getirdi.

Yenilik ve yeni eğilimler

Koleksiyonlarda hafif yapı teknolojileri, performans odaklı tasarımlar ve sürdürülebilir malzemeler öne çıktı. Yapay zekânın tasarım, kişiselleştirme ve görsel konfor alanlarında kullanımı artarken gözlük, kimliğin güçlü bir tamamlayıcısı olarak konumlandı. Klasik formlar modern yorumlarla yeniden sunuldu; biyo-asetatlar, geri dönüştürülmüş materyaller ve cesur renk paletleri dikkat çekti.

Vision Stage ile düşünsel katkı

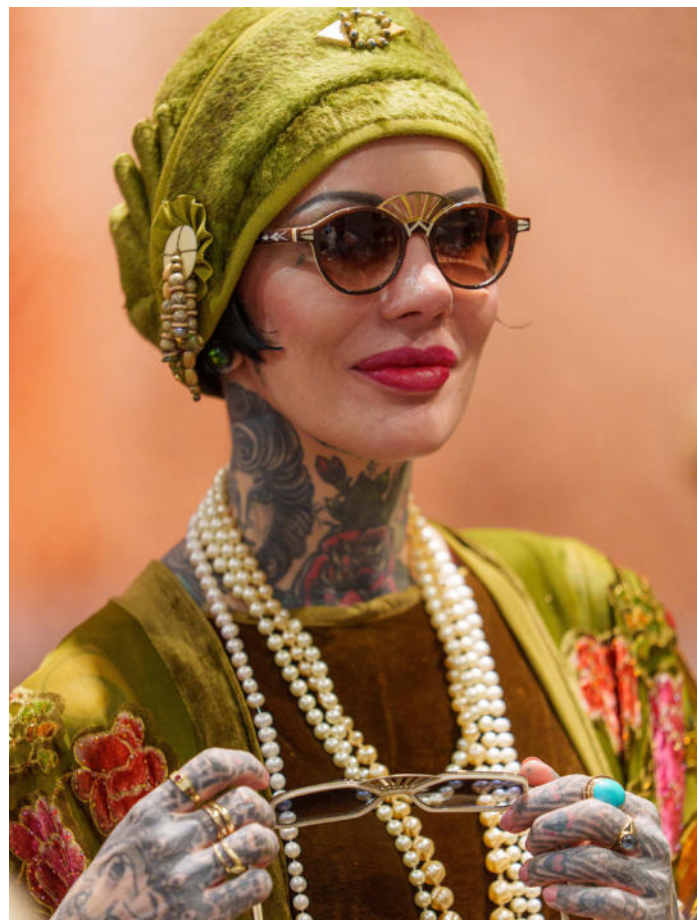
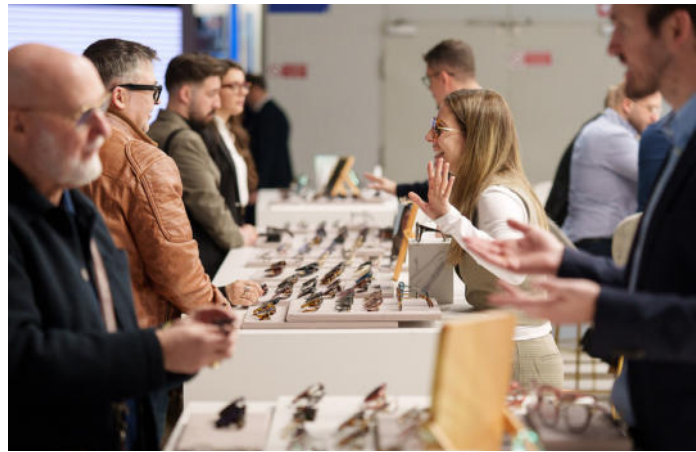
Vision Stage kapsamında düzenlenen oturumlarda optik sektörünün yanı sıra ekonomi, sürdürülebilirlik ve tüketici davranışları ele alındı. Uluslararası konuşmacılar farklı bakış açıları sunarken fuar, bilgi paylaşımı ve düşünsel katkısı güçlendiren bir platforma dönüştü. Milano–Cortina 2026 Kış Olimpiyatları da performans, tasarım ve kültür ilişkisini vurgulayan önemli bir bağlam oluşturdu.

Mido Ödülleri sahiplerini buldu

Mido Awards 2026’da sürdürülebilirlik odaklı CSE Corporate Ödülü Safilo Group’a verildi. Ürün kategorilerinde Silhouette International, Marchon Italia ve Llexan Italia ödül alırken; perakende de AndréOpticas Chiado en iyi mağaza tasarımı, Optocentro ise inovasyon kategorisinde ödüle layık görüldü. Sergio Cereda Design Ödülü Giada Tosana’nın aéro_46°N 12°E projesine verildi.

Mido 2027’ye doğru | Eyewearland

Mido 2026’nın ardından Mido 2027, “Welcome to Eyewearland” kampanyasıyla duyuruldu. Kampanya; tasarım, teknoloji, moda ve sürdürülebilirliği hayal gücüyle buluşturan simgesel bir evren üzerinden görme ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi vurguluyor ve organizasyonun gelecekteki iletişim diline yön vermeyi hedefliyor. Bir sonraki edisyonu 6–8 Şubat 2027 tarihleri arasında Fiera Milano Rho’da düzenlenecek olan Mido fuarı; optik endüstrisinin yeniden buluştuğu, birbirinden ilham aldığı ve geleceği birlikte kurguladığı küresel platform olma rolünü sürdürecektir.









Ninoflex Çocuk Gözlüklerinin İlkeli Üreticisi CK GRUP OPTİK

“Silmo İstanbul sayesinde ürünlerimizi optisyenlere ve optisyenlik öğrencilerine rahat ve konforlu bir atmosferde tanııtma fırsatı yakalıyoruz.”



Merhaba Can Bey. Kendinizi okurlarımıza tanıtarak sektöre giriş sürecinizi paylaşır mısınız?

Merhaba, ben Can Keleş. Gözlükçü bir ailenin üçüncü kuşak temsilcisiyim. Mağazalarımız 1990’lı yılların ortasında kurulmaya başlandı. Milenyum çağının başlarında ikinci kuşak sayılan ağabeylerim tarafından işletirken, henüz ortaokul dönemindeydim. O dönemlerden lise yıllarımı kapsayacak şekilde okulumdan arta kalan zamanlarda firmamıza gidip gelerek bu mesleğe aşina oldum. Lise mezuniyetim sonrası ise tam zamanlı mağaza yöneticiliği yaparak sektöre giriş yapmış bulunmaktayım.

Ninoflex Glasses’ın ortaya çıkışını, markanızın özelliklerini ve bugün geldiği noktayı bizimle paylaşır mısınız?

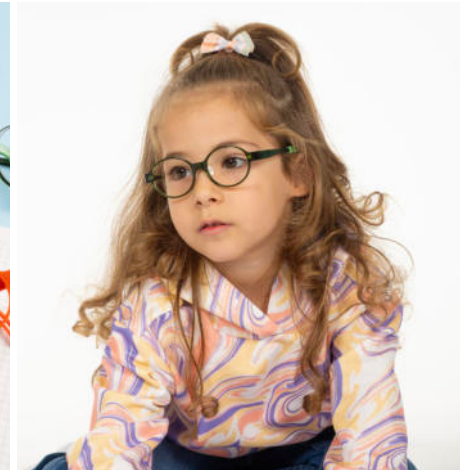
Markanın ortaya çıkış hikayesi, Türkiye’de bebek ve çocuklar için yeterince uygun çerçeve modellerinin bulunmamasına dayanıyor. Yetişkin gözlüklerinde 200’ü aşkın markaya rastlanabilirken, çocuklarda yalnızca 4 ya da 5 marka mevcuttu. Bu sebeple piyasadaki boşluğu gidermek amacıyla 2018 yılında ön gözlemler yapıldı ve 2019 itibarıyla Ninoflex markasıyla üretime başladık. Markamızın sunduğu en önemli avantajlar; çocukların yüz şekillerine, kulak mesafelerine ve burun genişliğine göre ortopedik olarak ayarlanabilmesi ve kutu içerisinde yedek parçalarıyla birlikte aileye teslim edilmesidir. Bu da tedavi sürecindeki çocuklar için oldukça faydalı bir çözüm sunmaktadır. Bugün geldiğimiz noktada Türkiye genelinde 600’ü aşkın satış noktasıyla birçok ailenin ulaşabileceği bir marka haline geldik.

Köklü optik mağazacılık mirasınız, sektörün üretim ve dağıtım tarafına geçişinizi ve Ninoflex Glasses’ın gelişimini nasıl şekillendirdi?

Mağazacılıkta edindiğimiz tecrübe, son tüketiciyi anlama konusunda bizi birkaç adım öne taşıdı ve olası problemlere karşı daha çözüm odaklı bir yaklaşımı benimsememizi sağladı. Bu nedenle sunduğumuz satış sonrası hizmetlerle yarattığımız memnuniyet, bayilerimizi de son derece mutlu ediyor. Amacımız makul şartlarda her iki tarafı da desteklemektir. Bayilerimizin hakkını gözeterek ve tüketiciyi üzmeyecek çözümler sunarak, satıcının ve kullanıcının zihninde olumlu bir izlenim bırakmak Ninoflex Glasses’ın gelişimine önemli katkı sağlıyor.

Bebek ve çocuk gözlükleri gibi özel bir alana odaklanma kararınız nasıl ortaya çıktı?

Türkiye’de optik sektörünün bu alana yeterince önem vermediğini gözlemledikten sonra bu yönde bir karar aldık. Türkiye genelinde yaklaşık 10.000 optisyenlik müessesesi olduğu biliniyor. Bunların büyük çoğunluğunda yalnızca uygun fiyatlı, ‘kurum çerçevesi’ olarak adlandırılan modeller bulunuyor. Çok az firma ortopedik ve fonksiyonel çerçevelere yöneliyor. Oysa çocukların ailelerine bu ürünler doğru anlatıldığında, özellikle çerçeveler için bütçe ayırabildiklerini görüyoruz. Mağazalarda ailelerin davranışlarını gözlemledikten sonra çocuk gözlükleri gibi spesifik bir alana yönelme fikri oluştu.



Can Keleş

Ninoflex Glasses ürünleri için tercih ettiğiniz hammaddelerden ve üretim tekniklerinizden bahseder misiniz?

Bebek ve çocuklar söz konusu olduğundan kalitesine güvendiğimiz Avrupa menşeli hammaddeler ve üretim teknikleri kullanmaktayız. Kullandığımız hammaddelerin tüm laboratuvar analizleri yetkili kurumlar tarafından yapılmıştır ve de sertifikalandırılmıştır. Ürünlerimiz için hassas bir yaklaşım içerisindeyiz. Alerjen içermeyen malzeme seçimleri yapmanın yanı sıra, üretim sürecinde de kullanıcı sağlığını ön planda tutmaktayız. Çerçevelerimiz titizlikle üretildikten sonra birkaç aşamalı kalite kontrolünden geçirilerek önce bayilerimize, ardından son kullanıcıya ulaştırılıyor. Bu titizlik ve kalite anlayışımız nihai tüketici tarafından henüz tam anlamıyla idrak edilmese dahi, bayilerimizden aldığımız olumlu geri bildirimler ve giderek büyüyen bayi ağıımız nihai tüketicinin memnuniyetini kanıtlıyor.

Türkiye’de ilk silikon burun pedi ve kafa bandı üretimini başlatarak, dışa bağımlılığı azaltmanız önemli bir adım. Bu süreci anlatır mısınız?

Üretime başladığımız andan itibaren gözlüğümüze ait her parçanın Türkiye’de ulaşılabilir olmasını önemli hedeflerimizden biri olarak belirledik. Satış sonrası hizmetleri hızlı sunabilmek açısından bu kritik bir konuydu. Bugün geldiğimiz noktada gözlüklerimizin yüzde 97’sini oluşturan bileşenleri yerli tedarikçilerden temin ederek üretir hale geldik. Silikon burun pedleri ve kafa bantları markamıza özel olduğu için dışa bağımlı kalmak istemedik. Bu hamleler, sermayenin yurt dışına çıkmasını önleyerek ülkemizde kalmasına katkı sağladı.

Türkiye genelinde 67 ilde, 600'ü aşkın bayiiniz mevcut. Bu satış ağını yönetirken en çok nelere dikkat ediyorsunuz?

Bayilerimize mağazada satış yaparken ürünü alabilecek kişilere anlatım ve aktarım-larını kolaylaştıracak yardımcı ekipmanlar, teşhir ürünleri hediye etmekteyiz. Burada amacımız, bayilerimizi yalnız bırakmayıp sürekli görsel ve video hazırlıkları ile onlara satış süreçleri için gerekli desteği sunmaktır. Ürünü son tüketiciye tanıtmak ve anlatma sırasında bu gibi unsurların taşıdığı önemin bilincinde olduğumuzdan, bu desteğimize aralıksız devam etmekteyiz. Ninoflex Glasses web sitesine de bu sebeple hassasiyetle yaklaştık. Web sitesinin çok iyi detaylandırılmış ve anlaşılabilir hale gelmesine özen gösterdik. Tüketicilerin Türkiye'nin hangi bölgesinde olurlarsa olsunlar ürüne kolayca ulaşması için onları en yakın lokasyondaki bayimize yönlendirebilecek haritalama sistemi ekledik. Aynı zamanda mesai saatleri içerisinde çok hızlı dönüş yapan bir destek hattımız bulunmaktadır.

Kaliteden ödün vermeden ulaşılabilir fiyatta kalma çizginizi koruyorsunuz. Bu zorlu dengeyi nasıl sağlıyorsunuz?

Bu dengeyi sağlamak için yalnızca kazançtan değil, zamandan da feragat ediyoruz. Titiz analizler yapıyoruz. Bu noktada, ürünlerimizi satan bayilerin de kullanan çocukların ve ebeveynlerinin memnun kalmasını sağlamanın bizim önceliğimiz olduğunu bir kez daha vurgulamak isterim. Yurt dışından gelen markalara kıyasla daha uygun fiyatla aynı kaliteyi sunuyor, satış sonrası hizmette ise daha fazlasını sağlıyoruz.

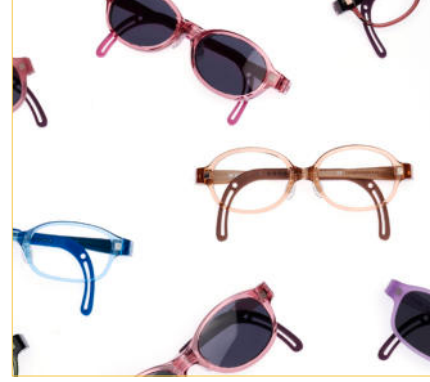
Markamızın saygınlığını koruyarak gidererek güçlendirmemiz, tüm iş ortaklarımıza çözüm odaklı yaklaşmamız sayesinde gerçekleşiyor; bu yaklaşım da yüksek memnuniyetle sonuçlanıyor. Bu sebeple global markalara göre konumlandırmamızın oldukça iyi olduğunu düşünüyoruz.

CK Grup Optik olarak AR-GE çalışmalarınızı şu anda hangi başlıklara yönlendiriyorsunuz?

Firma olarak şu anda öncelikli hedefimiz gözlüklerimizi yaşadığımız dünyaya minimum düzeyde zarar veren malzemeler ve üretim teknikleriyle hazırlamaktır. Başlangıcımızdan bu yana temel amacımız budur. Sürekli gelişme açık olan yapımızla, AR-GE çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı çevre dostu üretim malzemeleri arayışı ve uygulamaları üzerine yoğunlaştırmış durumdayız. Doğada geri dönüşümü mümkün olabilecek hammaddelerin üretilmesi ve bunları ürünlerimize uyarlama hayalimizi gerçeğe dönüştürmeye odaklandık diyebilirim.

Ninoflex Glasses için kısa ve orta vadeli planlarınızdan söz eder misiniz?

Dünya genelinde sektörü ve sektörel yenilikleri yakından takip ediyoruz. Kısa vadede tüm bayilerimizi kapsayan bir B2B sipariş sistemiyle dijitalleşmeyi artırmak istiyoruz. Orta vadede ise renk ve model çeşitliliğini artırmak, uygun ortam oluşturma güneş gözlüğü koleksiyonu oluşturmak ve ilgi duyulan çocuk modeller ile işbirlikleri yapmak hedeflerimiz arasında yer alıyor. Aynı zamanda, görme kusurlarını destekleyici yenilikçi ortezlere yatırım yapmayı planlıyoruz. Doğru zaman ve ekipler bir araya geldiğinde ise yeni pazarlara açılmayı amaçlıyoruz.



Silmo İstanbul Optik Fuarı'nın sektörün geneline ve siz gibi yerli üreticilerimize katkılarını nasıl değerlendirirsiniz?

Silmo İstanbul'un sektörümüz için son derece önemli ve prestijli bir organizasyon olduğunu düşünüyorum. Sektör içerisinde yer alan ya da sektöre adım atmayı düşünenler için önemli bir deneyim ve vizyon alanı yaratıyor. Üreticiler olarak ürünlerimizi optisyenlere ve optisyenlik bölümü öğrencilerine rahat ve konforlu bir atmosferde tanıtmak fırsatı yakalıyoruz. Aynı zamanda yerli markaların ve ürünlerin yabancı ziyaretçilerle buluşması açısından da fuar kritik bir önem taşıyor. 2025'te 12.si gerçekleşen bu değerli organizasyonun daha uzun yıllar Türkiye optik sektörüne hizmet etmesini temenni ediyorum.

Bize zaman ayırdığınız için çok teşekkür ederiz. Son olarak 4 your eyes ile ilgili neler söylemek istersiniz?

Sektördeki yenilikleri bu kadar hızlı ve titiz şekilde aktaran başka bir dergi olduğunu düşünmüyorum. Yeniliklerden haberdar olmak için her sayıyı mutlaka inceliyorum. Şimdiye kadar yaptığınız ve bundan sonra yapacağınız tüm yayınlarınız için teşekkür ediyorum. İyi ki varsınız.



www.ninoflexglasses.com
ninoflexglasses.com
Tel: 0507 431 39 10

ninoflex
glasses

YENİ NESİL ÇOCUK GÖZLÜĞÜ

Ninoflex glasses markasını sıradan çocuk gözlüklerinden ayırtıran özellikleri 16 adet aparatın oluşması bebek ve çocuklarda burun gelişimini etkilemeyen 3 kademeli silikon burun pedi ile 6 kademeli küçülüp büyüyeabilen kulak arkası sapları hareketli çocuklarda gözlüğün düşmemesi için kafa bandı ve gözlüğü kendinizi ayarlayabilmesi için tamir kitindeki yedek parçaları bunun yanı sıra dış ortamlarda güneş gözlüğüne dönüşen polarize cam özellikli klipsi ile her detayı düşünüp özenle üretilen harika yeni nesil çocuk gözlüklere aittir.

BU GÖZLÜĞÜN FİYATI SİZİ ÇOK ŞAŞIRTACAK

16 Adet Aparat Detayı

- 3 Adet Silikon Burun Pedi
- 1 Adet Ayarlanabilir Esnek Kafa Bandı
- 1 Adet Gözlük Klipsi Mıknatıslı
- 2 Adet Polarize Güneş Camı
- 4 Adet Silikon Kulak sap Terminali
- 1 Adet Gözlük Ön Gövde
- 2 Adet Sağ ve Sol Sağları
- 1 Adet Montaj Tornavidası
- 1 Adet Saklama Kabı ve Tamir Kiti





Gizli Göz Hastalıkları Ramazan'da Fark Edilebilir

Ramazan ayıyla birlikte bulanık görme, gözde ışık çakması, siyah nokta veya lekelerin belirmesi gibi şikayetlerde artış yaşanabiliyor. Gözdeki bu işaretler henüz teşhis edilmemiş retina hastalıklarının önemli bir habercisi olabilir.

Ramazan ayında uzun süreli açlık ve iftar sonrası yaşanan ani kan şekeri değişimleri göz sağlığı açısından dikkat edilmesi gereken bir nokta. Özellikle henüz teşhis edilmemiş şeker hastalığı ve buna bağlı gelişen diyabetik retinopati, Ramazan'daki beslenme düzeni değişikliğiyle birlikte ilk sinyallerini vermeye başlayabiliyor. Diyabetik retinopatinin şeker hastalığının en ciddi komplikasyonlarından olduğunu belirten ve sinicce ilerlediğini belirten Doç. Dr. Burak Erden, "Uzun süreli açlık sırasında kan şekeri dalgalanmaları yaşanabilir. Eğer kişide gizli bir diyabet varsa, bu dalgalanmalar gözün en hassas tabakası olan retinadaki kılcal damarlarda sızıntılara veya genişlemelere yol açar. Gözde bulanık görme veya ışık parlaması şeklinde belirti gösterebilir. Diyabetik retinopati, şeker hastalığının görme kaybı ile sonuçlanabilen en ciddi komplikasyonlarından biridir ve ne kadar erken teşhis edilirse, ilerlemesini önleme veya mevcut hasarı tedavi etme şansımız o kadar yüksek olur" dedi.



Ramazan Öncesi Muayene Tavsiyesi

Birçok göz hastalığının, özellikle retinopatinin erken evrelerde hiçbir belirti vermeden de ilerleyebileceğini hatırlatan Doç. Dr. Burak Erden, "Rutin göz muayenesinin önemini hatırlatmak isterim. Zamanında yapılan muayene ile birçok göz rahatsızlığının erken evrede teşhis edebiliriz. Henüz belirti vermemiş diyabeti, yüksek tansiyonun damarlardaki tahribatını, glokom (göz tansiyonu) riskini görebiliyoruz. Ramazan'da değişen metabolizma hızı ve sıvı alımındaki azalma, göz içi dengelerini değiştirebileceği için muayeneyi oruç öncesine çekmek kritik bir öneme sahiptir" dedi.

Kalıcı Görme Kaybı Oluşur

Diyabetin, gözün ağ tabakasında kanamalara ve sarı noktada ödem oluşumuna yol açabileceğini belirten Doç. Dr. Erden, "Bu durumların zamanında fark edilmemesi halinde kalıcı görme kaybı yaşanabilir. Erken teşhis edilen vakalarda görme kaybını önlemek mümkündür. Ancak birçok hasta, gözde ciddi hasar oluşana kadar muayeneye gitmiyor. Bu da geri dönüşü olmayan sonuçlara neden oluyor" diye konuştu.



Retinadaki Kılcal Damarları Bozuyor

Diyabetik retinopatinin, görme oranında yüzde 90'a varan kayıplara yol açabileceğini belirten Doç. Dr. Erden, "Diyabet, retinadaki kılcal damarların yapısını bozarak hücre kaybına, damar geçirgenliğinin artmasına ve sarı noktada sıvı birikimine neden olur. Zamanla retinada yeni damarlar oluşur, bu damarlar kanayabilir ve göz içinde zar oluşumuna yol açabilir. Sonuç olarak ciddi görme kayıpları ve ağırlı göz tansiyonu artışları meydana gelir" açıklamasında bulundu.

Göz Kuruluğu Ramazan'da Belirginleşebiliyor

Sadece retina hastalıkları değil göz kuruluğu gibi problemlerin de Ramazan'da belirginleşebileceğini belirten Doç. Dr. Burak Erden, "Vücudun uzun süre susuz kalması, gözyaşı kalitesini düşürerek şiddetli göz kuruluğuna ve buna bağlı bulanık görmeye neden olabilir. Bu nedenle, özellikle ailesinde şeker hastalığı öyküsü olanlar, 40 yaş üstü bireyler ve yüksek miyopisi bulunanların Ramazan öncesi kapsamlı bir göz taramasından geçmesi oldukça önemlidir" diyerek sözlerini tamamladı.



Göz Yaralanmalarını Hafife Almayın

Göz yaralanmaları çoğu zaman basit bir kazaymış gibi görülse de yanlış ya da geciken müdahale kalıcı görme kayıplarına yol açabilir. Göz sağlığını korumanın ilk adımı, doğru müdahaleyi zamanında yapmaktan geçiyor.

Evde ya da iş yerinde sıkça karşılaşılan göz yaralanmaları, çoğu zaman yalnızca suyla yıkayıp geçiştirdiğimiz basit kazalar gibi algılanıyor. Kızarıklık ya da belirgin bir görme kaybı yoksa, acil servise ya da göz hekimine başvurmak ertelenebiliyor. Oysa göz travmalarında gecikilen her dakika, daha uzun süren tedavilere ve hatta kalıcı görme kayıplarına yol açabiliyor. Özellikle kornea tabakasında oluşan çizikler ya da göze kaçan yabancı cisimlerin bıraktığı çıplak gözle fark edilmeyen hasarlar zamanla görme kalitesini ciddi şekilde düşürebiliyor. Göz yaralanmaları; bebek veya evcil hayvan tırnaklarından kimyasal maddelere, spor darbelerinden

cam ve porselen eşyaların kırılma anında göze girmesine kadar pek çok farklı nedenle ortaya çıkabiliyor. Nedeni ne olursa olsun, ağrı, sulanma, kızarıklık, görme bulanıklığı, morarma veya kanama gibi belirtiler varsa vakit kaybetmeden bir uzmana başvurmak büyük önem taşıyor. Uzmanların önerdiği temel ilk yardım adımları ise şöyle özetleniyor:

- Gözde şiddetli ağrı, batma ve bulanık görme varsa gözü kapatın, damla veya merhem kullanmadan en kısa sürede doktora başvurun.
- Kimyasal temaslarda ise bol suyla yıkayıp derhal acil servise başvurun.

- Kum, toz gibi küçük cisimlerde temiz suyla nazikçe yıkama yapılabilir; şikayetler sürerse muayene şarttır.
 - Metal, cam veya sert cisim temasında gözü ovuşturmayın, acilen göz hekimine gidin.
 - Darbelerde soğuk kompres uygulanabilir; morarma veya görme bozukluğu gelişirse mutlaka uzman değerlendirilmesi gerekir.
 - Kesici veya delici travmalarda gözü yıkamadan, hafifçe kapatarak tıbbi yardım bekleyin.
- Göz yaralanmalarında doğru ve hızlı müdahale, görmenizi korumanın en önemli anahtarıdır.

STARLENS AI
YAPAY ZEKÂ GÖZLÜK CAMLARI

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



Öğrenmede Başarının Anahtarı: Sağlıklı Görme

Uzmanlara göre öğrenme sürecindeki başarının yüzde 83'ü görme ile ilişkili. Türkiye'de her üç çocuktan birinde görülen görme bozuklukları ise erken fark edilmediğinde hem akademik performansı hem de göz sağlığını kalıcı olarak etkileyebiliyor.

Uzmanlar, çocuklarda görülen akademik performans düşüşlerinin her zaman öğrenme güçlüğüyle ilişkilendirilmemesi gerektiğine dikkat çekiyor. Dünya-göz Etiler Hastanesi Göz Hastalıkları Uzmanı Doç. Dr. Osman Bulut Ocak, Türkiye'de her üç çocuktan birinde uzak ya da yakın görme sorunu bulunduğunu belirterek, "Çocuklar çoğu zaman öğrenme eksikliği nedeniyle değil, iyi göremedikleri için derslerinde geri kalıyor. Öğrenme süresince görmenin etkisi yüzde 83'tür" diyor. Görme bozukluklarının erken fark edilmemesi durumunda ilerleyen yıllarda tedavisi daha güç olan göz tembelliği gibi kalıcı

sorunların gelişebilirken özellikle okul çağındaki çocukların düzenli göz muayenesinden geçirilmesinin büyük önem taşıyor. Çocuklarda en sık görülen göz problemleri arasında miyopi, hipermetropi, astigmat, şaşılık ve göz tembelliği yer alıyor. Ailelerin dikkat etmesi gereken belirtiler arasında ise tahtayı net görememe, satır atlama, gözleri kısarak bakma, televizyonu yakından izleme, sık göz kaşıma, baş ağrısı ve ders çalışırken çabuk yorulma bulunuyor. Öte yandan dijital ekran kullanımı da göz sağlığını olumsuz etkiliyor. Tablet, telefon ve bilgisayar karşısında uzun süre vakit geçirmenin göz

yorgunluğu, kuruluk ve gizli kaymalar gibi sorunlara yol açabilirken, 5 yaşına kadar ekran süresinin günde 1 saati, 7 yaş ve üzerinde ise 1,5-2 saati geçmemesi vurgulanıyor. Eğitim başarısının temel taşlarından biri olan sağlıklı görme için çocukların okul öncesi ve okul döneminde düzenli göz kontrolünden geçirilmesi gerekiyor. Eğitim sürecinde yapılacak basit bir göz taraması ise çocuğun okul hayatına daha güçlü bir başlangıç yapmasını sağlayabiliyor. Uzmanlar, yılda en az bir kez gerçekleştirilecek kapsamlı bir göz muayenesinin olası risklerin önüne geçmede en etkili adım olduğunu belirtiyor.

G GENTS of LONDON



W
WINNER'S CLUB
EXCLUSIVE EYEWEAR

G
GENTS of LONDON

parasite
EYEWEAR

QZEN
MEMORY EYEWEAR

**PULL
&
BEAR**

PHILIPPE MÜLLER
SWISS

EFOROPTİK
Designing better vision

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 Vuitton'dan Modern İkon

Çağdaş lüksü grafik bir estetikle buluşturan Louis Vuitton, bu güneş gözlüğü modelinde çarpıcı form seçimi ve güçlü çizgileriyle dikkat çekiyor. Parlak dokulu asetat yapı, geniş cam yüzeyiyle modern bir silüet yaratırken, köprü ve saplardaki ince işçilik tasarıma karakter kazandırıyor. Dengeli oranları ve kendinden emin duruşuyla bu model, sofistike duruşu garantiliyor.

Oliver Peoples'in Mermer Vurgusu

Yumuşak hatlı silüeti, mermer etkili dokusu ve rafine oranlarıyla öne çıkan tasarım, klasik estetiği modern detaylarla harmanlıyor. Kalın ve dolgulu çerçeve, doğal tonlardaki camlarla sıcak bir uyum yakalarken, zarif köprü yapısı ve minimal logo dokunuşları tasarıma sofistike bir karakter kazandırıyor. Modern lüksü yansıtan bu tasarım, yüksek moda tutkunlarını cezbetmeye hazır.



Roberto Cavalli'den Altın Kavisler

Dramatik renk kullanımı ve çarpıcı silüetiyle öne çıkan Roberto Cavalli tasarımı, feminen gücü lüks dokunuşlarla bir araya getiriyor. Canlı kırmızı asetat çerçeveye eşlik eden altın tonlu yılan motifli metal saplar, parçaya adeta takı etkisi kazandırırken, şeffaf uçlar formun zarafetini vurguluyor. Kıvrımlı çizgileri ve heykelsi oranlarıyla, kullanıcısına özgüven ve cesaret aşıyor.



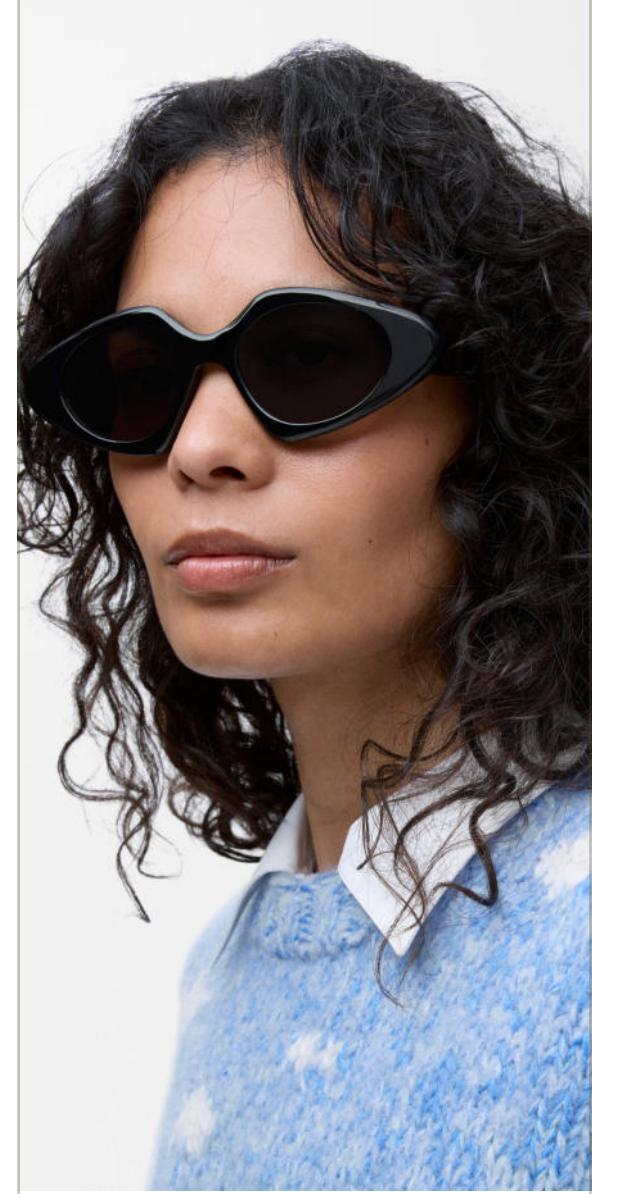
Brett Eyewear'dan Retro-Sportif Tasarım

Brett Eyewear, Duke modelinin başarısından sonra Rx Duke ile retro-sportif tasarım yaklaşımını daha da cesur bir boyuta taşıyor. Avangart estetik sunan Rx Duke, asetat ön kısmı, ultra ince paslanmaz çelik sapları ve kaskların altına rahatça sığacak özel tasarlanmış spatula tarzı sap uçlarıyla dikkat çekiyor. Brett, otomotiv ilhamlı Rx Duke'yi üç farklı renk seçeneğiyle sunuyor.



Valentino ile Feminen Şıklık

Valentino imzalı ince uçlara doğru sivrilen kedi gözü formu ve sıcak nude tonlarındaki bu şık tasarım, feminenliği modern çizgilerle yorumluyor. Pürüzsüz asetat çerçeveye eşlik eden altın renkli üst hat detayı, tasarıma mücevher etkisi kazandırırken açık tonlu camlar hafiflik hissini pekiştiriyor. Heykelsi duruşu ve rafine rengiyle tasarım, moda tutkunlarına çabasız zarafet sunuyor.



Loewe'den Heykelsi Yorum

Klasik kedi gözü formunu modern bir bakış açısıyla yeniden ele alan Loewe tasarımı, akışkan hatları ve iddialı silüetiyle öne çıkıyor. Parlak siyah asetat çerçeve, duman tonlu camlarla dengeli bir kontrast kurarken, saplardaki altın renkli logo detayı tasarıma sofistike bir imza atıyor. Keskin çizgilerle yumuşak geçişleri birleştiren tasarım, şehir stiline güçlü bir dokunuş katıyor.



Kuboraum'un Sanatsal Kimliği

Heykelsi formları ve deneysel yaklaşımıyla tanınan Kuboraum, bu modelinde sınırları zorlayan bir estetik ortaya koyuyor. Metal halkalar ve endüstriyel detaylarla çevrelenen koyu çerçeve, amber tonlu camlarla çarpıcı bir kontrast yaratıyor. Yüzle bütünleşen kompakt yapısı ve güçlü dokusu, tasarımı yalnızca bir aksesuar olmaktan çıkarıp karakteri olan bir stile dönüştürüyor.

Michael Kors'dan Lüks ve Şehirli

Michael Kors zarif hatları ve zamansız formuyla, modern şehir stilini incelikli detaylarla tamamlıyor. İnce metal dokunuşlarla hareket kazanan şık tasarım, sıcak tonlardaki camlarla dengeli bir görünüm sunuyor. Saplar ve cam üzerindeki logo imzası ise sofistike bir vurgu katıyor. Akıcı silueti ve rafine dokusuyla bu tasarım, stili yükselten güçlü bir aksesuar kimliği taşıyor.



Vogue'dan Yüksek Moda Işıltısı

Dinamik formu ve iddialı çerçeve yapısıyla Vogue, modern feminenliğin asil bir yansımasını sunuyor. Parlak taş işlemeli gümüş tonlu metal çerçeve zarif kaş hizası detayıyla öne çıkıyor. Cam üzerindeki zarif logo tasarıma rafine bir vurgu katıyor. Güçlü silueti ve akıcı hatlarıyla bu parça, stilinde fark yaratmak isteyenler için dikkat çekici bir tamamlayıcı olarak konumlanıyor.



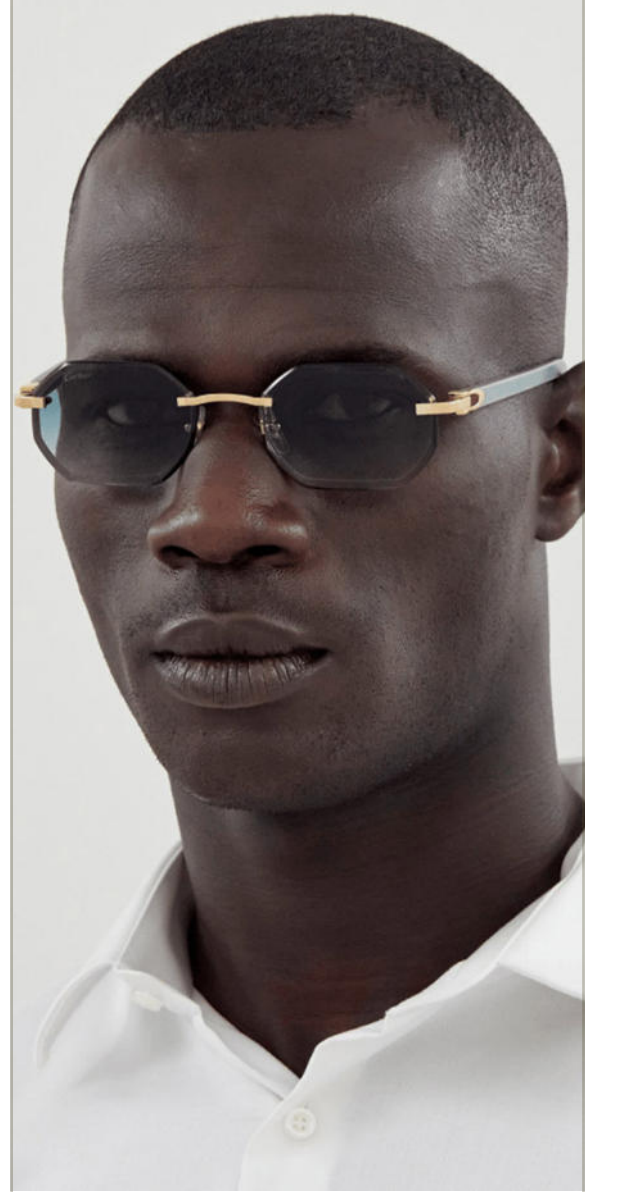
Mykita'dan Cesur Kedigözü

Modern tasarım dilini keskin geometrilerle buluşturan Mykita, doygun kırmızı tondaki bu kedigözü yorumuyla tüm dikkatleri çekiyor. Mat yüzeyli çerçeve, koyu renk camlarla çarpıcı bir kontrast kurarken, metal sap detayları tasarıma zarif bir denge kazandırıyor. Mimari çizgileri ve sofistike renk kullanımıyla bu tasarım, stilinde fark yaratmak isteyenler için etkileyici bir ifade sunuyor.



Prada'nın Retro Gücü

Prada, bu çarpıcı güneş gözlüğü tasarımı için vintage ruhu çağdaş bir bakış açısıyla yeniden ele almış. Kaplumbağa kabuğu desenli asetat yapı, koyu tonlu camlarla etkileyici bir bütünlük kurarken, sap üzerindeki ikonik logo plakası tasarıma net bir imza kazandırıyor. Köşeli hatları ve yoğun dokusuyla bu tasarım, stiline karakter katmak isteyenler için iddialı bir duruş sergiliyor.



Cartier'den Altın Zarafeti

Cartier, gözlük koleksiyonlarında da ustalığını ve seçkin stil anlayışını kusursuz biçimde yansıtır. Parisli markanın geometrik formu bu eşsiz tasarımı, altın tonlu metal detayları ve ahşap dokulu saplarıyla lüksü doğallıkla buluşturuyor. Modelin ince işçilikle şekillenen çerçevesi, sofistike duruşu ve zamansız çizgileriyle Cartier estetiğinin çağdaş bir yorumu olarak dikkat çekiyor.

FASET

optik gözlükler

Silhouette

• SER OPTİK / 5586 3530 •



MODO

• TURKUAZ OPTİK / 4640 •



LINDBERG ^{oo}

• CEMFA GÖZLÜK / SPIRIT 505 •



DSQUARED2

• SAFILO GROUP / D2 0102 •

Chopard

• DE RIGO / VCHM18S •



ZEISS

• MARCHON / ZS25561D •





CARRERA
EYEWEAR SINCE 1956

• SAFILO GROUP / 1142 •



DAVIDOFF
EYEWEAR

• OPTIST GÖZLÜK / DAT163 •

Timberland

• MERVE OPTİK / TB50075 •



TAGHeuer

• DOĞAN OPTİK / TH50030U •



MINIMA

• BDT OPTİK / M80C •



MOREL
LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

• MOREL / COMETE 3 •

HENRY JULLIEN
MAISON LUNETIERE
DEPUIS 1921

• PLATIN OPTİK / OHJ VOLT 427 •



• ADEMUR OPTİK / NAPLES JEWEL NJ01 •





EYEWEAR by DAVID BECKHAM

• SAFILO GROUP / DB 1202 •



FENDI

• DOĞAN OPTİK / FE5133US •

MILA·ZB
LOVE IN ITALY

• TURKUAZ OPTİK / MZ296V02 •



ANNA-KARIN KARLSSON

• PB GÖZLÜK / CLAW OPTICAL OCTAGONAL DIAMOND •



TITANflex®

• DELTA OPTİK / 823021 •



LACOSTE 

• MARCHON / L2320 035 •



PHILIPP PLEIN

• DE RIGO / VPP219 •



• OPTIST GÖZLÜK / REDM117 •





MASUNAGA

• CEMFA GÖZLÜK / GMS 126T •



Ossé

• MERVE OPTİK / OS13365 •

TRY
TITANIUM

• TURKUVAZ OPTİK / TYA68V01 •



DUNLOP

• KAYATUR OPTİK / DO 4873 •



BOSS
HUGO BOSS

• SAFILO GROUP / BOSS 1904 •



Lee Cooper
SINCE 1900

EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / LC3115 •

MARKUS T

• BDT OPTİK / A2013 •



Philippe Müller
swiss

• EFOR OPTİK / PM 3082 •





Slazenger

• ARIKAN GROUP / 9482 •



MUSTANG

• MERVE OPTİK / MU7677 •

Norlin Bron
EYEWEAR

• ZENO GRUP OPTİK / MO-MBD1034 •



SANTA BARBARA
POLO & RACQUET
CLUB®

• ESSA DANIEL KLEIN GROUP / SBO.2.2044 •



GF
Grey Flannel

• SARPA OPTİK / GF8077 •



Club Master

• SAFIRA GÖZLÜK / 4001 •



• ERMAK / 12016 •



Belmond
EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / B5667 •





REACHER
EYEWEAR

• ZENO GRUP OPTİK / RHO RE230181 •



QUANTUM
EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / Q994 •

HAWK

• MERVE OPTİK / HW8075 •



GEOFFREY BEENE
EYEWEAR

• SARPA OPTİK / GB10167 •



POLOCAYENNE
EYEWEAR

• ERMAK / PCO25501 •



ORIS
eyewear

• ZENO GRUP OPTİK / OOT 99981 •

studioline
eyewear

• KAYATUR OPTİK / ST1933 •



BRUNO MARLINI
EYEWEAR

• ERMAK / BMO 23219 •



CHANEL

Oscar ödüllü oyuncu Nicole Kidman, zamansız şıklığı ve sofistike duruşuyla daima tüm dikkatleri üzerine çekmeyi başarıyor. Siyahın güçlü etkisini taşıyan payetli elbisesi, feminen ama iddialı bir silüet yaratırken omuzlarına aldığı klasik kesim ceket görünümü dengeleyerek modern bir zarafet sunuyor. Düz ve doğal bırakılmış saçları, stilin yalın ama etkileyici havasını destekliyor. Keskin hatlara sahip Chanel güneş gözlüğü ise Nicole Kidman'ın karakteristik duruşunu tamamlayan en güçlü parça olarak öne çıkıyor. Minimal formuna rağmen güçlü bir ifade yaratan Chanel güneş gözlüğü, Hollywood starının bu rafine ancak iddialı görünümün en ikonik tamamlayıcısı olarak kusursuz bir uyum sağlıyor. Kidman zamansız duruşuyla göz alıyor.

■ NICOLE KIDMAN



Chloé

Şarkıcı ve stil ikonu Rita Ora, cesur ama zahmetsiz stiliyle öne çıkan isimlerden. Siyah desenli bluzu, sade formuna rağmen modern ve iddialı bir görünüm sunarken altın tonlu zincir kolye detayı stile lüks bir vurgu ekliyor. Kısa ve düz kesimli saçları, görünümün net ve çağdaş çizgisini destekliyor. Büyük formlu Chloé güneş gözlüğü ise Rita'nın özgüveni ve güçlü duruşunu ön plana çıkarıyor. Gözlüğünün yumuşak geçişli cam rengi, siyah çerçeveye dengelenerek hem feminen hem de modern bir etki yaratıyor. Parlak dudak makyajı ve doğal ten görünümü, stilin abartıdan uzak ama dikkat çekici kalmasını sağlıyor. Rita Ora güçlü aksesuar seçimleriyle sade parçaları dahi etkileyici hale getirmeyi bir kez daha başarıyor.

■ RITA ORA



JACQUESMARIE MAGE

LOS ANGELES

Euphoria dizisindeki performansı ile geniş kitlelerin ilgisini çeken Jacob Elordi, kırmızı halıda sergilediği maskülen ve modern görünümüyle öne çıkıyor. Siyah takım elbisesiyle zamansız bir duruş yakalayan oyuncu, net hatlara sahip aksesuarlarıyla stilini pekiştiriyor. Jacques Marie Mage güneş gözlüğü, Elordi'nin güçlü stil anlatısını tamamlayan en dikkat çekici detaylardan biri oluyor.

■ JACOB ELORDI



FERRAGAMO

Süper model ve stil ikonu Christy Turlington, moda haftasında zamansız ve sade şıklığıyla objektiflere yansıyor. Nötr tonlardaki maskülen kombini, doğal güzelliğini ve sofistike duruşunu ön plana çıkarıyor. Büyük formlu güneş gözlüğü ise görünümüne modern bir karakter katıyor. Ferragamo imzalı model, bu sakın ama iddialı görünümün en belirgin tamamlayıcısı oluyor.

■ CHRISTY TURLINGTON

SAINT LAURENT

Moda dünyasının efsane isimlerinden Kate Moss, siyah blazer elbisesiyle maskülen şıklığı feminen bir tavırla harmanlıyor. Kate Moss her zamanki gibi minimal dokunuşlarla güçlü bir stil yaratıyor. Net saç ve makyaj tercihleri görünümü dengelerken, Saint Laurent imzalı güneş gözlüğü stile karakter kazandıran ana unsur haline geliyor. Ünlü top model müthiş görünüyor.

■ KATE MOSS



BURBERRY

Sunucu ve stil ikonu Maya Jama, katıldığı bir gala programındaki asil görünümüyle tüm bakışları üzerine çekiyor. Siyah ağırlıklı şık tuvaleti feminen estetiğin çizgilerini ideal bir şekilde yansıtıyor. Maya Jama'nın güzelliğini kusursuzca vurgulayan bu gece stili, iyi düşünülmüş bir moda zarafeti sunuyor. Maya Jama sofistike duruşunu Burberry güneş gözlüğü ile taçlandırmış.

■ MAYA JAMA



CELINE

Usta oyuncu Amy Madigan, katıldığı etkinlikte klasik ve maskülen şıklığıyla objektiflere yansıyor. Siyah smokini ve sade aksesuarları ile bambaşka bir kırmızı halı deneyimi yaşıyor. Amy Madigan'ın kırmızı ruj dışında feminen dokunuşlara neredeyse yer vermediği bu sıra dışı kırmızı halı stiline tamamlayıcısı ise Dita imzalı siyah çerçeveli optik gözlük oluyor.

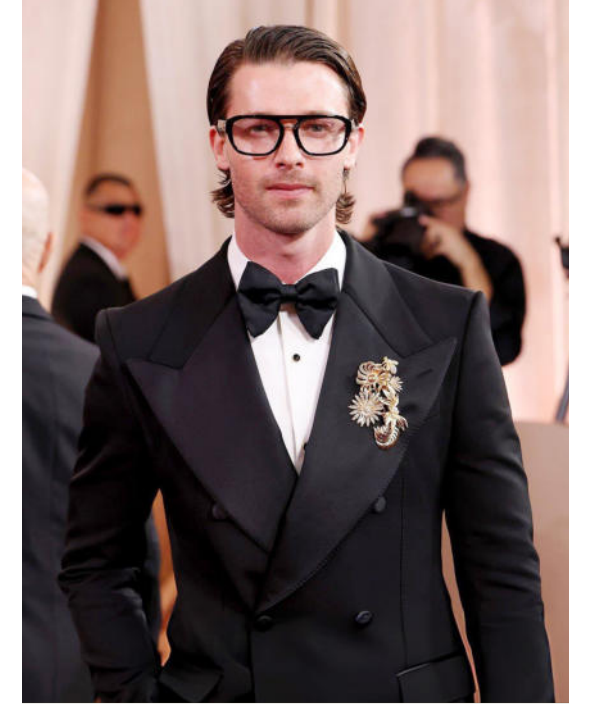
■ AMY MADIGAN



DOLCE & GABBANA

Oyuncu ve model Patrick Schwarzenegger, kırmızı halıda klasik şıklığı modern detaylarla buluşturmuş. Siyah smokinindeki iddialı broş detayı, görünümüne güçlü bir karakter kazandırmış. En az efsanevi aktör babası Arnold Schwarzenegger kadar karizmatik olan Patrick'in güneş gözlüğü tercihi Dolce&Gabbana'dan. Patrick bu stiliyle gecenin en çarpıcı isimlerinden oluyor.

■ PATRICK SCHWARZENEGGER



DIOR

Rihanna'nın baştan sona siyah tonlarda kurguladığı bu görünümü, doku oyunlarıyla derinlik kazanırken, şarkıcının hem feminen hem de iddialı duruşunu desteklemiş. Oversize kesimli siyah seçimi kusursuz bir denge yaratıyor. Dior güneş gözlüğü ise bu güçlü silüetin en çarpıcı tamamlayıcısı olarak öne çıkıyor. Minimal ama net formu sayesinde Rihanna'nın kendinden emin tavrını vurgulayan model, görünümün sofistike sertliğini pekiştiriyor. Topuz saç modeli ve doğal tonlardaki makyajı, stilin dramatik etkisini abartıya kaçmadan destekliyor. Rihanna, iddialı parçaları zahmetsiz bir özgüvenle taşıyarak modern stil ikonluğunu bir kez daha kanıtıyor. Dior imzalı güneş gözlüğü ise bu etkileyici stilin gücünü daha da pekiştiriyor.

RIHANNA



Christian
Louboutin

Moda ve lifestyle içerikleriyle tanınan dünya çapında çok sayıda takipçisi olan influencer Kaye Bassey, son derece şık abiye görünümüyle objektiflere yansımış. Baştan sona siyah tonlarda kurgulanan kombini, vücut hatlarını öne çıkararak feminen ve güçlü bir silüet sunuyor. Kaye Bassey'nin bu iddialı stilini tamamlayan güneş gözlüğü ise Christian Louboutin'dan.

KAYE BASSEY



GIVENCHY

Charlize Theron, sergilediği modern ve iddialı stil anlayışıyla tüm bakışları üzerine çekiyor. Beyaz takımın keskin silüeti metalik dokunuşlarla hareket kazanırken, görünümde sofistike bir denge kuruluyor. Saç ve makyajdaki minimal yaklaşım, stilin mimari çizgilerini daha da belirginleştiriyor. Givenchy imzalı güneş gözlüğü ise bu çarpıcı görünümü yüksek moda dokunuşuyla tamamlıyor.

CHARLIZE THERON

OLIVER PEOPLES
LOS ANGELES

Zamansız erkek stilini yeniden yorumlayan Jeremy Allen White, davette sergilediği sade ama etkileyici görünümüyle tüm bakışları üzerine çekiyor. Siyah smokin takımı ve keskin hatları, güçlü bir silüet yaratırken aksesuar kullanımındaki ölçülü yaklaşımı görünümü rafine kılıyor. Oliver Peoples güneş gözlüğü White'ın stiliyle mükemmel uyum sağlayarak, duruşunu güçlendiriyor.

JEREMY ALLEN WHITE



LOEWE

Sinema ve moda dünyasında adından sıkça söz ettiren Emily Ratajowski, rol aldığı projeler ve kampanya yüzü olduğu markalarla modern stil ikonları arasında yer alıyor. Ön sıralardaki görünümünde dahi zahmetsiz bir şıklık sergileyen Ratajowski, feminen gücü rahatlıkla harmanlayan duruşuyla dikkat çekiyor. Kırmızı tonlardaki akışkan formdaki kombini, cesur rengiyle öne çıkarken rahat kesimiyle sofistike bir denge kuruyor. Belde kullanılan koyu renkli kemer detayı, silüeti netleştirerek görünümü daha güçlü hale getiriyor. Düz ve doğal bırakılmış saçları, stilin yalın çizgisini desteklerken modern bir hava katıyor. Keskin ve iddialı formlu Loewe güneş gözlüğü ise görünümün en çarpıcı tamamlayıcısı olarak öne çıkıyor.

EMILY RATAJKOWSKI,

MIU MIU

Moda ve güzellik dünyasındaki etkisiyle sık sık gündeme gelen Kylie Jenner, bu feminen ve iddialı tarzıyla tüm bakışları üzerine çekiyor. Payet ve dantel detaylı elbisesi gece şıklığını vurgularken, sade saç ve makyaj tercihleri denge yaratıyor. Modern çizgilere sahip güneş gözlüğü ise stile sofistike bir katman ekliyor. Miu Miu imzalı bu aksesuar, Jenner'ın stilini zirveye taşıyor.

KYLIE JENNER



Ray-Ban®

A\$AP Rocky, cesur ve karakteristik stiliyle yine ilgi odağı oluyor. Rocky, deri trençkot ve güçlü aksesuar seçimleriyle özgüvenli görünürken, görünümünde lüksü tam anlamıyla yaşıyor. Stilinin en çarpıcı tamamlayıcısı ise klasik ve zamansız çizgiler taşıyan güneş gözlüğü. Ray-Ban imzalı model, Rocky'nin iddialı stil anlatısına güçlü bir son dokunuş yapıyor.

A\$AP ROCKY



BRUNELLO CUCINELLI

Hollywood'un yükselen yıldız oyuncularından Glen Powell, kırmızı halıda klasik şıklığı modern bir yorumla yansıtıyor. Kusursuz kesimli smokini başarıyla taşıyan Powell, etkinliğe yakışan karizmatik duruşuyla harika görünüyor. Gözlerini gizlemeyen güneş gözlüğü ise görünümüne sofistike bir karakter katıyor. Ünlü aktörün bu havalı güneş gözlüğü Brunello Cucinelli imzası taşıyor.

DAKOTA JOHNSON



Görme Sorunları Sadece Göz Kaynaklı Olmayabilir

Göz sağlığı, çoğu zaman beynin durumu hakkında da önemli ipuçları verir. Ani görme değişiklikleri, göz muayenesiyle birlikte nörolojik sorunların erken dönemde fark edilmesine yardımcı olabilir.

Gözlerde ani gelişen şaşılık, çift görme, görme alanında daralma, ani görme kaybı... Gözlerde gelişen bu tür sorunlar sadece göz rahatsızlıkları olarak düşünülse de aslında beyin kaynaklı bir problemin habercisi olabiliyor. Zira, beyinle ilgili birçok hastalık doğrudan görme yollarını veya göz hareketleri ile görsel fonksiyonları kontrol eden merkezleri etkileyerek çeşitli göz şikayetlerine yol açabiliyor. Acıbadem Kozyatağı Hastanesi Göz Hastalıkları Uzmanı Dr. Sevim Kuyumcu, görme işlevinin büyük bir kısmı beyinde gerçekleştiği için bu bölgede oluşan problemlerin doğrudan görmeyi de etkileyebileceğini belirterek, “Beyinden kaynaklanan göz şikayetleri genellikle beyin ve sinir sistemini etkileyen Multiple Skleroz, beyin tümörü, damar tıkanıklığı, travma veya iltihabi bir durum sonucunda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gözlerde oluşan sorunlarda bazen nörolojik değerlendirmenin de yapılması gerekmektedir. Bazen beyinle ilgili hastalıklar bu sayede erken dönemde teşhis edilebilmektedir. Bu nedenle, yıllık göz muayenelerinin düzenli olarak yaptırılması ve ani gelişen sorunlarda zaman kaybedilmeden göz hekimine başvurulması son derece önemlidir” diyor.

Gözlerde ani gelişen şaşılık ve çift görme

Normal şartlarda ve her şey yolundayken, düz bakışta gözlerimiz aynı seviyede duracak şekilde beyinden dengeli elektrik sinyalleri geliyor. Ancak bu denge kas ya da sinirden kaynaklı olarak bozulursa, şaşılık ortaya çıkabiliyor. Bu tablonun sebebi çeşitli kafa travmaları, beyin kanamaları, menenjit, beyin iltihabı ve beyin tümörleri olabiliyor.

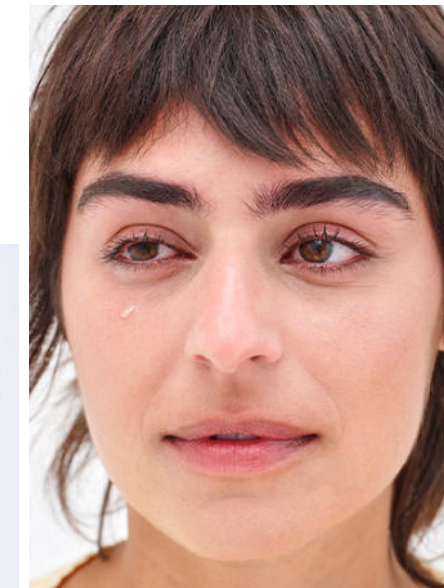


Görme kaybı (Tam veya kısmi)

Ani görme kaybı, görmenin 5-10 saniye boyunca kısa süreli veya kalıcı şekilde kaybedilmesi olarak tanımlanıyor. Pek çok nedeni olan ani görme kaybının önemli bir kısmı da görme yolları ve beyinle ilgili oluyor. Göz siniri iltihabı (optik nörit) en sık rastlanan ve zaman zaman tekrarlayabilen etkenlerden birini oluşturuyor. Ayrıca, göz sinirine zarar veren toksik bazı ilaçlar ve maddeler de kalıcı veya tam görme kaybı yapabiliyor. Bunların yanı sıra MS (Multiple Skleroz) gibi bazı beyin hastalıkları da görme sinirini etkileyerek ani görme kaybına neden olabiliyor.

Göz bebeklerinde büyüklük farkı

Normal şartlarda göz bebeklerimiz güneşli ortamlarda küçülüyor ve retinaya düşen ışık miktarını azaltıyor. Loş ve karanlıkta ise göz bebeklerimiz büyüyerek daha fazla ışıkla iyi görmemizi sağlıyor. Göz Hastalıkları Uzmanı Dr. Sevim Kuyumcu, ancak beyne giden yollarda bir bozukluk oluştuğunda iki göz bebeği arasında belirgin bir fark geliştiğini belirterek, “Buna yol açabilecek durumlar arasında en önemlisi ve acil olanı, büyük damarlarda yırtılma ya da balonlaşma olup, göz bebeklerinde büyüklük farkıyla beraber ani ve şiddetli boyuna vuran ağrı veya baş ağrısı gelişmektedir” diyor.



Tek veya iki taraflı göz kapağı düşüklüğü

Üst göz kapağının göz bebeğini 2 milimetreden fazla örtecek kadar sarkması göz kapağı düşüklüğü olarak adlandırılıyor. Genellikle estetik bir sorun olarak görülse de ciddi sağlık problemlerinden de kaynaklanabiliyor. Örneğin, çocuklarda ve yetişkinlerde sonradan oluşan göz kapağı düşüklüğü kas-sinir iletim bozukluklarından beyin tümörlerine kadar değişen hastalıklara işaret edebiliyor. Bu nedenle, göz muayenesi öncelikli olmak kaydıyla gereken durumlarda nöroloji muayenesinin de yapılması öneriliyor.

Görme alanında daralma

Normalde karşıya baktığımızda ellerimizi yanlarda oynatırsak o bölgeye bakmasak bile parmaklarımızın oynadığını görürüz. Bu bizim görme alanımızın genişliğini gösteriyor. Göz Hastalıkları Uzmanı Dr. Sevim Kuyumcu, özellikle optik nörit gibi optik sinir hastalıkları ile yavaş ilerleyen beyin tümörlerinde görme alanında sinsi bir kayıp oluştuğunu vurgulayarak, “Hasta bunu ‘gözümün bir tarafına perde inmiş’ gibi diye tarif edebilir veya ‘baktığım yerde bir bulanıklık var, bir kısmını göremiyorum’ diye anlatabilir” bilgisini veriyor.

Düzenli göz kontrolleri hayati önem taşır

Gözler yalnızca görme organı değil, aynı zamanda beynin sağlığına açılan önemli bir penceredir. Düzenli olarak yapılan kapsamlı göz muayeneleri; sadece göz hastalıklarının değil, beyin ve sinir sistemine ait pek çok hastalığın da erken dönemde fark edilmesini sağlayabilir. Özellikle ani gelişen görme kaybı, çift görme, şaşılık, görme alanında daralma veya göz bebeklerinde fark gibi şikayetler asla ihmal edilmemeli, vakit kaybetmeden bir göz hastalıkları uzmanına başvurulmalıdır. Erken teşhis hem göz sağlığının korunmasında hem de göz muayenesi sayesinde fark edilebilecek ciddi nörolojik hastalıkların zamanında tedavi edilmesinde büyük önem taşımaktadır.



SAĞLIK VE STİLİ BİRLEŞTİREN SICAK ATMOSFER

PELİN CANLI OPTİK

“Silmo İstanbul hem mesleki vizyonumuzu tazelememize hem de sektörün dinamizmini canlı tutmasına çok değerli katkılar sunuyor.”

Merhaba Pelin Hanım. Kendinizi okurlarımıza tanıtarak, optik sektörüne girişinizden söz eder misiniz?

Merhaba, ben Pelin Canlı. 2019 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi Halkla İlişkiler bölümünden mezun oldum. Mezuniyetimin ardından dijital editörlük ve turizm gibi farklı alanlarda çalışarak, farklı insanlarla temas etmeme imkan tanıyan deneyimler edindim. Çocukluğumdan bu yana giyim ve moda ile duyduğum ilgi, insanla birebir temas kurma isteğiyle birleşince, beni optik sektörüne yönlendirdi. Bu motivasyonla İstanbul Aydın Üniversitesi Optisyenlik bölümüne başladım. Mezuniyet sonrasında sektördeki önemli kurumlarda hem gönüllü hem de profesyonel olarak çalışma fırsatı buldum. İşin mutfağı diye tanımladığım yaklaşık 3 yıl süren bu yoğun deneyim sürecinin ardından, her zaman hayalini kurduğum kendi mağazamı açma cesaretini gösterebildim.

Mağazanızı açmaya ne zaman karar verdiniz, hayalinizi gerçeğe dönüştürme sürecinde karşılaştığınız en büyük zorluk neydi?

Kendi mağazamı açma fikri, aslında Optisyenlik bölümüne adım attığım ilk gün zihnimde filizlenmişti. Modaya olan ilgi mi ve insan odaklı yaklaşımı en iyi optik mağazam aracılığıyla yansıtabileceğimi biliyordum. Ancak bu fikrin tam anlamıyla somutlaşması, mezuniyet sonrası sektörün önde gelen kurumlarında geçirdiğim, oldukça yoğun 3 yıllık deneyim ile oldu. O süreçte işin teknik detaylarını öğrenirken, bir yandan da hayalimdeki mağazacılık anlayışını zihnimde kurguladım. En büyük zorluk, kurumsal hayatın konfor alanından çıkıp tüm sorumluluğu üstlendiğim o ilk cesaret adıımıydı diyebilirim. Sektörde bazen gençliğimden kaynaklanan önyargılarla karşılaşsam da iletişim geçmişim ve işime olan hakimiyetimle bu duvarları hızla aştım. Mağazama gelen misafirlerimin buradan memnun olarak ayrıldığını görmek ve güzel yorumlarını duymak her zaman en çok gurur duyduğum an oluyor; tüm zorlukları unutturuyor.



Pelin Canlı

Pelin Canlı Optik markasının bir satış noktasından öteye geçmesi için nasıl bir bakış açısı geliştirdiniz?

Kapımızdan içeri giren herkesin, bir alışverişe değil de bir dostun evine gelmiş gibi hissettiği sıcak ve samimi bir atmosfer yaratmak istiyoruz. Onları dinlerken sadece görme ihtiyaçlarını karşılamayı değil; ruhlarına da iyi gelecek, kendilerini özel hissettirecek o ince bağı kurmayı amaçlıyoruz. Hiçbir satış baskısı olmadan, ayınlarla barışıklıkları ve kendilerini özgürce keşfettikleri huzurlu bir an yaşatmak bizim önceliğimizdir. Buradan ayrılırken akıllarında sadece aldıkları gözlük değil; kalplerinde güven duygusu, yüzlerin de ise mutlu tebessüm kalsın istiyoruz.

Mağazanız İstanbul, Çekmeköy’de yer alıyor. Lokasyon seçimindeki öncelikleriniz nelerdi?

İstanbul’un yadsınamaz deprem gerçeği hem yaşam hem de yatırım tercihlerinde güvenliği birincil öncelik haline getiriyor. Çekmeköy, sahip olduğu sağlam zemin avantajıyla şehrin merkezinden nitelikli göç alan ve hızla değerlendirilen bölgelerden biridir. Biz de geniş uzman ekibimizle yaptığımız pazar araştırmalarında ve fizibilite çalışmalarında bu stratejik dönüşümü net bir şekilde gördük. Sadece bugünü değil, bölgenin gelecekteki potansiyelini de masaya yatırarak Pelin Canlı Optik’i burada konumlandırma kararını aldık. Büyüyen bu dinamik yapının içinde yer almak, markamızın uzun vadeli hedefleriyle de birebir örtüşüyor.

Mağazanızda yer verdiğiniz markaları belirlerken hangi kriterleri ön planda tutuyorsunuz?

Marka yelpazemizi oluştururken yerel ve küresel optik trendlerini ve moda haf-talarını yakından takip ediyoruz. Bölge-mizin demografik yapısına ve satın alma alışkanlıklarına en uygun koleksiyonları verilerle analiz ediyoruz. Portföyümüz-de sadece popüler markalara değil; bizi ayrıştıracak, kalite ve tasarım odaklı niş markalara da yer veriyoruz. Farklı müşteri segmentlerini kapsayabilmek adına, ula-şılabilir lüksten premium segmente uza-nan dengeli ve dinamik bir ürün karması kurguladık. Bu sayede, dünya modasını Çekmeköy'deki mağazamızda eş zamanlı olarak sunarak yerel pazarda global bir vizyonla hizmet veriyoruz.



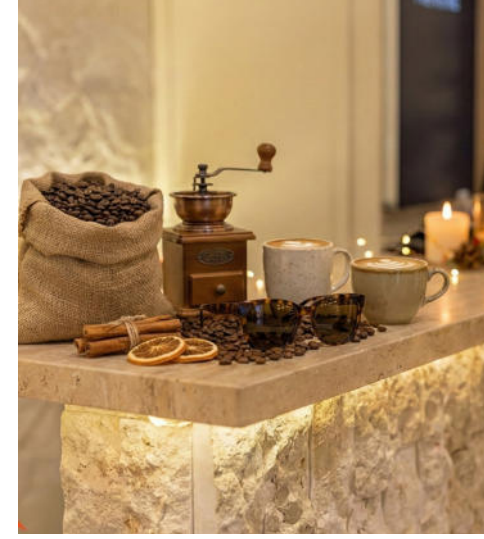
Pelin Canlı Optik müşterilerinin en çok tercih ettiği markalar hangileri? Müşteri profilinizin moda trendlerine bakışı nasıl?

Müşterilerimizin tercihlerinin hem küre-sel moda devlerini hem de tasarım odaklı butik markaları kapsayan dengeli bir da-ğılımda olduğunu gözlemliyoruz. Kullanı-cılar artık diğerleri üzerinde hegemonya kurmuş en popüler markalara yönelmek yerine; yaşam tarzlarına uyum sağlayan, kalite ve estetiği birleştiren daha özgün parçaları talep etmek konusunda bilinç-leniyor. Bu bilinçlenmeyi destekleyen bir yaklaşımla hizmet vermekteyiz. Önceliği-miz; ürünün etiketindeki isim ne olursa olsun, kişinin yüz anatomisine ve stiline en doğru cevabı vermesidir.



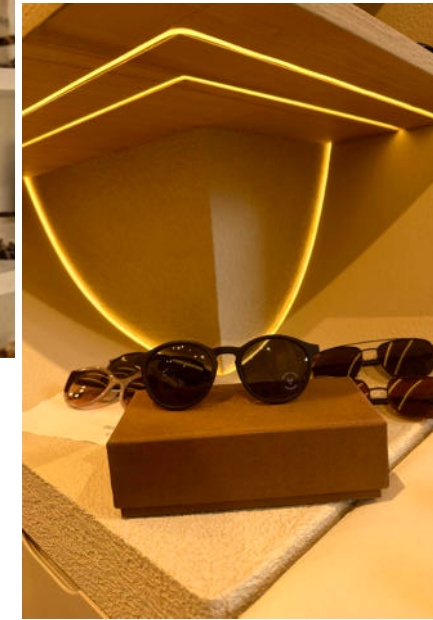
Mağazanızda kişiye özel optik çözümler sunduğunuzu belirtiyorsunuz. Bu yaklaşımınızı biraz açabilir misiniz?

Mesleğimizin sadece reçetedeki numaraları bir çerçeveye uygulamaktan çok daha fazlası olduğuna inanıyorum. Bizim için kişiye özel optik çözüm, müşterinin yaşam tarzını ve stiline uygun bir kimlik tasarlamak anlamına geliyor. Sürece teknik ölçümlerden önce onları dinleyerek ve ihtiyaçlarını doğru analiz ederek başlıyoruz. Ekibimle birlikte, kişinin yüz anatomisine ve ten rengine en çok yakışacak, onu en iyi yansıtacak seçenekleri bir stil danışmanı titizliğiyle sunuyoruz. Mağazamızda asla baskın bir satış politikası göremezsiniz; aksine müşterilerimize diledikleri kadar deneme yapabilecekleri özgür bir alan yaratıyoruz. Amacımız, kapıdan çıkan kişinin sadece net görmesi değil, aynadaki yansımasından da mutlu olmasıdır. Teknik uzmanlığı estetik bir bakış açısıyla harmanlayarak, gözlük seçimi-ni bir zorunluluk olmaktan çıkarıp keyifli bir deneyime dönüştürüyoruz.



Müşterileriniz için onların görme sağlığına ve stillerine en uygun olacak unsurları değerlendirirken öncelikleriniz nelerdir?

Önceliğimiz her zaman camın teknik seçimi ve çerçevenin kişiyle anatomik uyumudur. Çünkü sağlık olmadan estetik şıklık tek başına anlamsız kalır. Nidek M1000, Nidek M9000, Grand Seiko GL 7700 gibi yüksek teknolojik kabiliyetlere sahip cihazlarla çalışıyoruz. El işçiliğinin titizliğini ileri teknolojinin kesinliğiyle birleştirerek, müşterilerimize sıfır hata payıyla en konforlu görüşü sağlıyoruz. Bu teknik temeli garantiledikten sonra; kişinin yüz hatlarını, yaşam tarzını, kişisel imajını analiz ederek, karakterini ve zevklerini en iyi yansıtacak modelleri seçiyoruz. En önemli kriterimiz, kullanıcının gözlüğünü taktığında hem konforlu bir görüşe sahip olması hem de aynadaki görüntüsüyle kendini özgüvenli hissetmesidir.



Pelin Canlı Optik henüz 1 yaşında. Mağazanız için yakın ve uzak dönem hedeflerinizden söz edelim mi?

Henüz yolun çok başında olan, yeni bir mağaza olarak önceliğimiz mevcut hizmet standartlarımızı en sağlıklı şekilde oturtmaktır. Attığımız temellerin sağlamlığından emin olmaya ve vadettiğimiz deneyimi istikrarlı biçimde yaşatmaya odaklanıyoruz. Zaman içinde, bu sağlam yapı üzerine yeni hizmet ve uygulamaları eklemek hedefindeyiz; ancak bugün için temel amacımız Pelin Canlı Optik'i güvenle anılan, sürdürülebilir bir marka haline getirmektir.

Silmo İstanbul Optik Fuarının gelişimi ve sektöre katkıları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Silmo İstanbul, sektördeki istikrarlı konumuyla sadece ülkemiz için değil, tüm bölge coğrafyası için vazgeçilmez bir ticaret ve etkileşim köprüsü haline geldi. Sektörümüzün üretim gücünü ve potansiyelini uluslararası arenaya taşıması açısından son derece stratejik ve birleştirici bir misyon üstlendiğini düşünüyorum. Tüm paydaşları aynı çatı altında toplayan bu organizasyon hem mesleki vizyonumuzu tazelememize hem de sektörün dinamizmini canlı tutmasına çok değerli katkılar sunuyor.

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

Bize yer verdiğiniz için çok teşekkür ederiz. 4 your eyes geniş sektörel vizyonu ve sunduğu tüm içeriğiyle, özellikle biz genç girişimciler için daima ilham veren bir rehber niteliği taşıyor. Sektörün nabzını tam anlamıyla tutan bu yayını büyük bir beğeni ve saygıyla takip etmeye devam edeceğim.



Dünyanın En Renkli ŞEHİRLERİ

Dünyanın dört bir yanındaki şehirler, sokakları, meydanları ve evleriyle adeta renklerin başkenti gibi parlıyor. Pastel tonlar, tropikal coşku ve buz mavisi her köşeyi görsel bir şölen haline getiriyor. Gelin, adım adım her rengin, her kültürün ve her hikayenin peşine düşelim ve bu görsel şöleni birlikte keşfedelim.



Burano, İtalya

Venedik lagününde bir masal adası: Burano. Pastel tonlara boyalı evleri, kanalları süsleyen küçük tekneleri ve dar sokaklarıyla sanki bir ressamın fırçasından çıkmış gibi. Söylenene göre balıkçılar, sisli günlerde evlerini uzaktan daha kolay bulabilmek için bu parlak renkleri tercih etmiş. Bugünse ada, adeta bir renk senfonisiyle ziyaretçilerini karşılıyor.

Charleston, ABD

Güney Karolina'nın incisi Charleston, Güneyli zarafetini pastel renklerle buluşturan bir şehir. Tarihi liman bölgesinde yer alan "Rainbow Row" evleri, pembeden nane yeşiline, maviden sarıya uzanan cepheleriyle kentin en ikonik manzarasını sunuyor. At arabalarının hâlâ sokaklarda dolaştığı, palmyelerin rüzgârda salındığı bu şehirde renkler, yalnızca evlerde değil; caz dolu akşamlarda, baharatlı Güney mutfağında ve samimi güney misafirperverliğinde de hayat buluyor.

Notting Hill, İngiltere

Londra'nın batısında yer alan Notting Hill, pastel boyalı sıra evleriyle adeta bir kartpostal güzelliğinde. Dar sokaklarında yürürken her evin farklı bir renkle boyandığını görürsünüz; yumuşak pembeler, gökyüzü mavileri, limon sarıları ve lavanta morları yan yana dizilmiş adeta bir boya paleti gibi. Mahallenin renkli yüzü sadece evlerinde değil; Portobello Road pazarında da kendini gösteriyor. Antika dükkanları, ikinci el kitapçılar, vintage kıyafet tezgahları ve çiçekçilerin sardığı sokaklar, Notting Hill'i yaşayan bir mozaik haline getiriyor. Ve tabii ki her yıl yaz sonunda düzenlenen Notting Hill Karnavalı... Avrupa'nın en büyük sokak festivallerinden biri olan bu karnaval, Karayip kültürünün enerjisini mahalleye taşıyor. Sokaklar samba ve reggae ritimleriyle dolup taşarken, rengarenk kostümler ve dans gösterileri Notting Hill'i adeta bir renk patlamasına dönüştürüyor. Notting Hill, Londra'nın griliğine karşı koyan en renkli şehirlerden biri, yani hem romantik hem bohem hem nostaljik hem de modern.

Longyearbyen, Norway

Dünyanın en kuzeydeki yerleşimlerinden biri olan ve kışın güneşi aylarca göremeyen Longyearbyen'de renkler, adeta hayatı hatırlatmak için var. Karla kaplı manzaranın ortasında beliren ahşap evler, parlak kırmızıdan turuncuya, yeşilden maviye kadar uzanan canlı tonlara boyanmış. Bu renkli cepheler hem beyaz örtünün tekdüzeliğini kırıyor hem de sert kutup koşullarına karşı bir umut sembolü oluyor. Uzun kış gecelerinde ise gökyüzünde dans eden Aurora Borealis yani Kuzey Işıkları ile birleşen bu evler, gerçeküstü bir tabloyu andırıyor. Yazınsa gün ışığı, bu renkleri hiç bitmeyen bir sahneye dönüştürüyor; gece yarısı bile ufukta süzülen solgun güneş, kasabanın pastel cephelerini altın bir ışıltıyla sararak zamansız bir atmosfer yaratıyor.

Jaipur, Hindistan

Jaipur, Hindistan'ın Rajasthan eyaletinin başkenti olarak "Pembe Şehir" olarak biliniyor. Bu unvanını da 19. yüzyılda alıyor. 1876'da Albert Edward'i ağırlamak için kentin binaları misafirperverliğin rengi kabul edilen pembeye boyanıyor. O günden beri de bu gelenek sürdürülüyor ve Jaipur'un kimliği haline geliyor. Dar sokaklarda ilerlerken toz pembe cepheler, ihtişamlı saraylar ve görkemli kapılar insanı büyülemeye yeterli oluyor. Hawa Mahal (Rüzgâr Sarayı) ise ince işçiliği ve pembe tonuyla şehrin en çok fotoğraflanan yapılarından biri olarak dikkat çekiyor. Renk bu şehirde sadece mimaride değil; baharat pazarlarında turuncu safran, kırmızı biber ve altın sarısı zerdeçalın yarattığı kontrastlarda, sokaklardaki rengârenk tekstillerde, hatta festival dönemlerinde gökyüzüne salınan uçurtmalarda dahi hayat buluyor. Güneş ışığının gün içinde değişen tonları, pembe cepheleri kimi zaman pastel bir yumuşaklığa, kimi zamansa sıcak ve derin bir kızılığa büründürerek şehre dinamik bir karakter kazandırıyor. Jaipur, renkleriyle yalnızca görsel bir şölen sunmakla kalmıyor; tarih, gelenek ve yaşam enerjisini aynı paletin içinde buluşturarak ziyaretçilerine unutulmaz bir atmosfer armağan ediyor.



Guanajuato, Meksika

Meksika'nın kalbinde gizlenmiş bir mücevher gibi duran Guanajuato, gökkuşağının tüm renklerini bir araya getiren büyüleyici bir şehir olarak parlıyor. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan bu barok ruhlu şehir, dar sokakları, merdivenlerle birbirine bağlanan yokuşları ve masalsı evleriyle ziyaretçilerini adeta bir renk karnavalına davet ediyor. Turuncudan mora, yeşilden pembeye kadar sayısız renkte boyalı evler, kentin yamaçlarını bir tabloya dönüştürüyor. Şehri yukarıdan izlemek için en güzel noktalardan biri, El Pípila Anıtı. Buradan bakıldığında Guanajuato'nun rengarenk labirenti, taş sokakları ve kırmızı kiremitli çatlılarıyla nefes kesici bir manzara sunuyor. Renkli evler, mariachilerin melodileri ve Meksika mutfağının baharatlı lezzetleriyle Guanajuato, yalnızca gözlere yalnızca gözlere değil; kulağa, damağa ve ruha da hitap eden; tarih ile sanatı, coşku ile romantizmi aynı potada eriten, her köşesinde yeni bir hikâye fısıldayan ve

ziyaretçilerini sıradan bir geziden çok daha fazlasına, unutulmaz bir duygusal deneyime davet eden büyüleyici bir atmosfer sunuyor.

Wroclaw, Polonya

Polonya'nın güneybatısında, Oder Nehri'nin kolları üzerine kurulmuş Wroclaw da rengarenk binaları, köprüleri ve meydanlarıyla adeta bir Avrupa masalının içinden çıkmış gibi hissettiriyor. 100'den fazla köprüyle "Polonya'nın Venedik'i" olarak da anılan şehir, özellikle Rynek yani "Eski Şehir Meydanı" ile büyülüyor. Burada sıralanan pastel tonlardaki tarihi binalar, gotik belediye sarayı ve kafelerle çevrili sokaklar, şehre benzersiz bir kimlik kazandırıyor. Şehrin en dikkat çekici yanlarından biri, cephelerin çeşitliliği; nane yeşili, açık sarı, turuncu ve pembenin en neşeli tonları, adeta tabloyu andıran bir bütünlük oluşturuyor. Yaz akşamları sokak müzisyenlerinin melodileri bu renklerin arasında yankılanırken, kışın karla kaplanan binalar masalsı bir kontrast yaratıyor.

Geni

MERCEDES-BENZ S-SERİSİ

Her detayı ile kusursuz



2026'da kapsamlı bir yenilemeyle sahneye çıkan Mercedes-Benz S-Class, bileşenlerinin yarısından fazlası yeniden tasarlanmış yapısıyla teknoloji, konfor ve performansı bir üst seviyeye taşıyor; yeni MB.OS altyapısı, MBUX Superscreen kokpiti ve gelişmiş süspansiyon sistemleriyle lüks sedan anlayışını adeta yeniden tanımlıyor.

Lüks Mercedes-Benz S-Class, 2026 yılında yenilenmiş bir versiyona kavuşacak. Geçtiğimiz günlerde tanıtılan 2026 Mercedes-Benz S-Serisi'nin, 2026 yılının sonlarından itibaren birçok küresel pazarda satışa sunulması bekleniyor. Bu sadece bir orta dönem yenilemesi değil; Mercedes-Benz'e göre, otomobilin bileşenlerinin %50'sinden fazlası değiştirildi veya yeniden tasarlandı; bu da yaklaşık 2.700 farklı parçaya denk geliyor. Bu güncelleme, özellikle teknoloji ve performans açısından 2026 S-Serisini neredeyse tamamen yeni bir nesle yaklaştırıyor. En dikkat çekici değişiklikler, yaklaşık %20 daha büyük bir ızgara ve hem farlarda hem de arka lambalarda yeni "üç köşeli yıldız" LED grafikleriyle birlikte

aracın ön kısmında görülüyor. Genel olarak, 2026 Mercedes-Benz S-Class, alışılmış lüks stilini koruyor ancak birçok yüksek teknoloji ürünü aydınlatma detayıyla zenginleştirilmiş durumda. Bazı pazarlarda, bu lüks sedanın kaputundaki yıldız amblemi aydınlatma özelliğine de sahip olup, gece sürüşlerinde görünürlüğünü artırmaktadır. 2026 S-Serisi'nin iç mekanında dijital deneyime büyük önem veriliyor. Yapay zekayı ve gelişmiş kontrol özelliklerini entegre eden tamamen yeni MB.OS yazılım platformuna sahip. Kokpitin kalbinde, sürücü için 12,3 inçlik dijital ekran, 14,4 inçlik merkezi ekran ve ön yolcu koltuğu için 12,3 inçlik ekrandan oluşan yeni nesil MBUX Superscreen sistemi yer alıyor.

Özellikle Mercedes-Benz, merkezi elektronik kontrol ünitesi ve ekranlar için sıvı soğutma sistemi kullanmaktadır. Bu çözüm, ekranlar sürekli olarak yüksek parlaklıkta çalışırken ve yoğun grafik işleme yaparken ısıyı kontrol etmeye yardımcı olarak donanımın kararlılığını ve ömrünü artırır. S-Serisi'nin en dikkat çekici özelliklerinden biri arka yolcu bölümü olmaya devam ediyor. 2026 versiyonunda, ön koltukların arkasına monte edilmiş, çevrimiçi uygulamaları ve video konferans için yüksek çözünürlüklü kameraları destekleyen iki adet 13,1 inçlik eğlence ekranı bulunuyor. Standart ses sistemi Burmester 3D surround ses iken, daha üst

düzey bir seçenek olarak Dolby Atmos ve toplamda 39 hoparlöre kadar sistem sunularak kabin genelinde üst düzey bir eğlence deneyimi hedefleniyor. 2026 S-Serisi, standart olarak Airmatic hava süspansiyon sistemi ve opsiyonel E-Active Body Control ile birlikte geliyor. Bu sistem sadece yol koşullarına tepki vermekle kalmıyor, aynı zamanda sensörlerden gelen verileri ve aynı güzergahta seyreden diğer Mercedes-Benz araçlarıyla paylaşılan bilgileri kullanarak yol koşullarını önceden tahmin ediyor. Sonuç olarak, araç çukurlara veya bozuk yol yüzeylerine girmeden önce amortisörleri aktif olarak ayarlayabiliyor ve böylece

olağanüstü sürüş konforunun korunmasına yardımcı oluyor. Kabinin içinde, hava akışını yönlendiren otomatik iklimlendirme için Dijital Havalandırma Kontrolü, ısıtılabilir, havalandırılabilir ve masajlı koltuklar ve ısıtılabilir emniyet kemerleri gibi özellikler, özellikle soğuk iklimlerde konfor deneyimini daha da artırıyor. 2026 Mercedes-Benz S-Serisi üç farklı motor seçeneğini koruyor. S 500 4Matic, yaklaşık 442 beygir gücü üreten 3.0 litrelik altı silindireli hafif hibrit bir motor kullanıyor. S 580 4Matic ise yaklaşık 530 beygir gücü üreten ve 0-100 km/s hızlanmasını yaklaşık 3,9 saniyede gerçekleştirebilen 4.0 litrelik çift turbo V8 motora sahip.

GELİŞMİŞ DEMLEME TEKNOLOJİSİ

Philips Cafe Aromis olarak adlandırılan makine yeni gelişmiş demleme teknolojisi ve yapay zeka destekli Barista Asistanı ile öne çıkıyor. Uzaktan kontrol edilebilme özelliği ve 50 farklı kahve seçeneği ile her ana ve ruh haline uyum sağlayan makine; yoğun tempoya ayak uyduran pratik kullanımı, yüksek performansı ve premium, şık tasarımıyla ev ortamında profesyonel barista deneyimi sunuyor.



DYSON HAVA TEMİZLEYİCİ

Yeni nesil hava temizleme teknolojisine sahip Dyson HushJet, Türkiye'de satışa sunuldu. Hava temizleyici, yüksek hızda hava akışı, fısıltı kadar sessiz çalışma performansı, beş yıl kullanılabilen 360 derece elektrostatik filtre ömrüyle tüm odayı temizliyor. Yeni nesil hava temizleme teknolojisi Dyson Hushjet 0,3 mikron kadar küçük partiküllerin yüzde 99,97'sini yakalıyor.

AKILLI KAPI KİLİDİ: LINUS AKILLI KİLİT L2 LITE

Yale'in yeni nesil akıllı kilidi Linus Akıllı Kilit L2 Lite, geleneksel anahtarlara ihtiyaç duymadan kapı kilitleme ve açma deneyimini yeniden tanımlıyor. Cihaza entegre edilen KeySense teknolojisi, kullanıcıların ev kapılarını her zamankinden daha hızlı ve pratik bir şekilde yönetmesini sağlıyor.



YAPAY ZEKA DESTEKLİ KULAKLIK

Sony, LinkBuds Clip isimli yeni kablosuz kulaklığını resmî olarak tanıttı. Küpe tarzında ilginç bir tasarıma ve dört farklı renk seçeneğine sahip olan ürün, açık yapıyı benimsiyor; yani müzikle beraber çevrenin de duyulmasına imkân tanıyor. Üç farklı ses modu bulunan Clip, tek başına 9 saat, şarj kutusuyla birlikte toplam 37 saatlik batarya ömrü sunuyor.

DANIEL KLEIN



Sinema



Hamnet

Vizyon Tarihi: 6 Şubat 2026
Yönetmen: Ric Roman Waugh

16. yüzyılda İngiltere’de yaşayan Agnes, doğaya derinden bağlıdır ve Will ikisine bir hayat kurmak için elinden geleni yapar. Çocuklarını kaybedince yas yüzünden aralarındaki bağ zayıflar. Will de kendini işine vererek acısını Hamlet trajedisine dönüştürür.

Momo

Vizyon Tarihi: 13 Şubat 2026
Yönetmen: Christian Ditter

Film eski bir Roma amfi tiyatrosunun kâhntıları arasında yaşayan ve mahalledeki herkesle arkadaş yetim bir kız Momo’nun zamanın koruyucusu Hora Usta ile birlikte zaman hırsızlarına karşı mücadele vermesini anlatıyor.



HiraiZerdüş Akustik

22 Şubat 2026
Antalya AKM, Antalya

HiraiZerdüş mahlasıyla sahne alan kimliğini ve yüzünü gizli tutan sanatçı Besteci, yazar, şair ve şarkıcı dinlemeleri milyonları aşan eserlerin sahibi aynı zamanda 3 kitabı bulunmaktadır. Şarkılarında hepimizin sorunlarına şarkılarıyla derman olmaktadır.



Ata Demirer Gazinosu

27 Şubat 2026
Zorlu PSM, İstanbul

Türk sanat müziğinden operaya, türkülerden pop müziğine, tavernadan arabeske uzanan geniş repertuarı ve kakhaha dolu hikâyeleriyle Ata Demirer Gazinosu, 2026 boyunca izleyicilerine hem kakhahalar attıracak hem de müzikal bir şölen yaşatacak.



Bejart Ballet Lausanne

21-23 Şubat 2026
Zorlu PSM, İstanbul

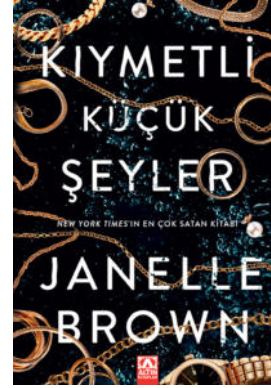
Gücü, tutkuyu ve birliği simgeleyen zamansız bir başyapıt. Maurice Ravel’in hipnotik müziği Maurice Béjart’ın efsanevi koreografisiyle sahnede büyüleyici bir enerjiye dönüşüyor. Béjart Ballet Lausanne modern balenin efsane ismi Maurice Béjart’ın mirasını İstanbul’a taşıyor.



Mucizeler Bakkalı Namiya

Keigo Higashino

Bir zamanlar mahallenin kalbi olan, şimdi ise unutulmuş bir enkaza dönen Namiya Bakkalı. Ödüllü Yazar Keigo Higashino’nun Kaleminden geçmişle bugünü birleştiren insan kalbinin en gizli köşelerine dokunan destansı bir roman.



Kıymetli Küçük Şeyler

Janelle Brown

Janelle Brown’un ustalığını konuşturduğu Kıymetli Küçük Şeyler sevgiyle yalanın iç içe geçtiği bir dünyada güvenin kırılganlığını ve ihanetin kaçınılmazlığını gözler önüne seriyor. Kimin av kimin avcı olduğu ise ancak son sayfada belli olacak.



Tiyatro



Baba

24 Şubat 2026
Maximum Unig Hall, İstanbul

Zamanın akışı giderek çözülürken, hafızanın ince çizgileri silikleşti; tanıdık yüzler yabancılaştı; bildik olanın sınırları kayboldu. Gerçek ile hayal dün ile bugün baba kız arasındaki bağın içinde eriyip birbirine karıştı. Baba hatırlamanın ve unutmanın arasında salınan bu yolculuğa dair bir deneyim sunarak zamanın karşısında insan olmanın anlamını yeniden düşündürüyor.



Kaç Para Bi Fön

22 Şubat 2026
MEB Şura Salonu, Ankara

Bu oyun; kendimizi iyileştirmeye çalışırken inşa ettiğimiz o kusursuz modern hayat vitrinini yüksek tempolu ve zekice kurgulanmış bir komediyle aşağı indiriyor. Sabah kahvesi ritüellerinden spor salonlarına, bitmeyen kişisel bakım seanslarından ezberlenmiş terapi cümlelerine...

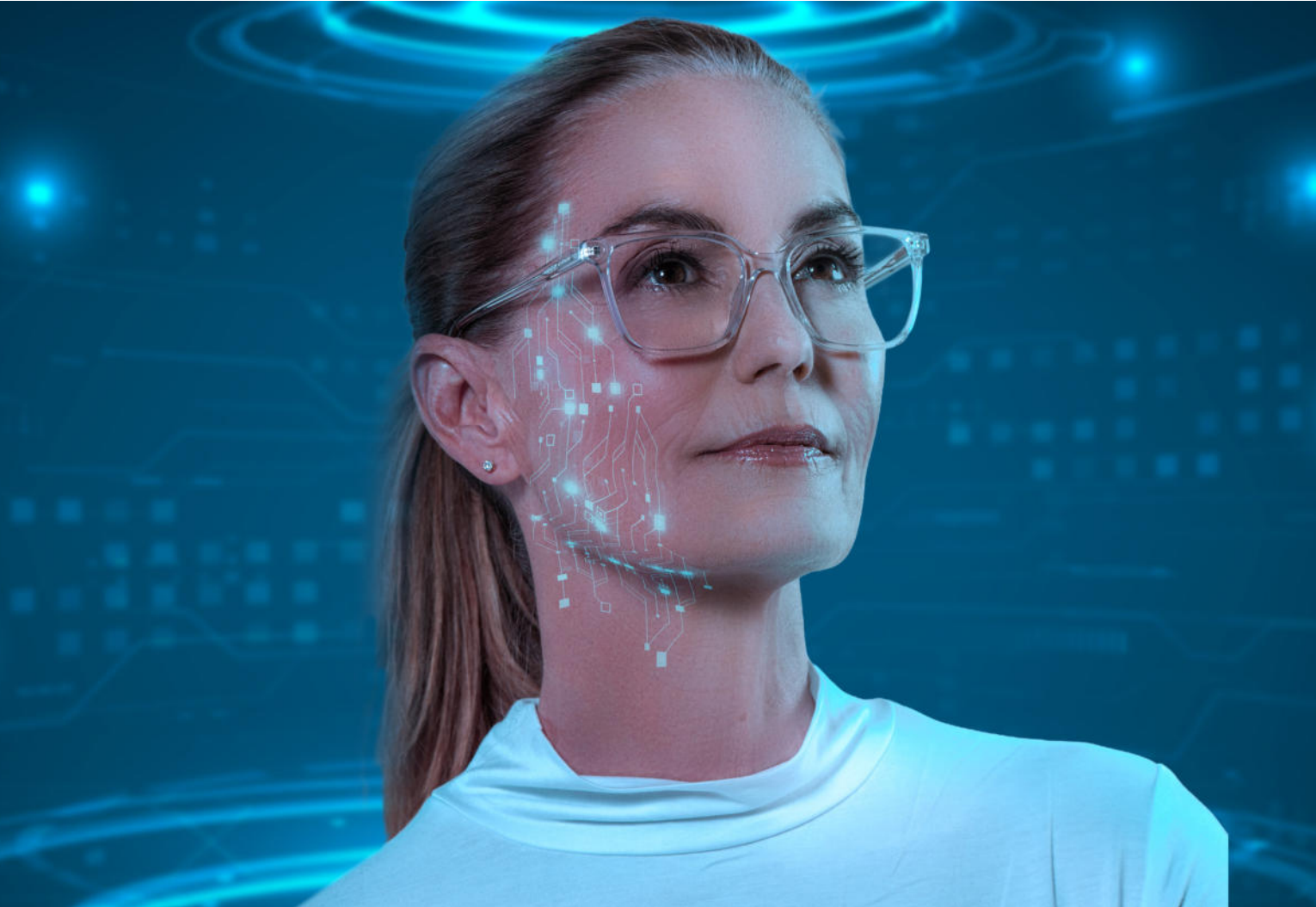


7 Kocalı Hürmüz

27 Şubat 2016
Bostancı Gösteri Merkezi, İstanbul

Türk mizahının önemli isimlerinden Sadık Şendil’in kaleme aldığı farklı meslek ve tiplerden 6 kocası olan Hürmüz’ün yedinci kocasıyla evlenmesiyle yaşanan olayları mizahi bir dille anlatan 7 Kocalı Hürmüz müzikali, Anadolu Ateşi Koreografisi iddialı kadrosu ve usta tiyatrocu Müjdat Gezen’in yorumuyla yeniden sahneye taşıyor.

FUJIPURE NETLİK VE KONFORUN MÜKEMMEL DENGESİ.



ClearSight

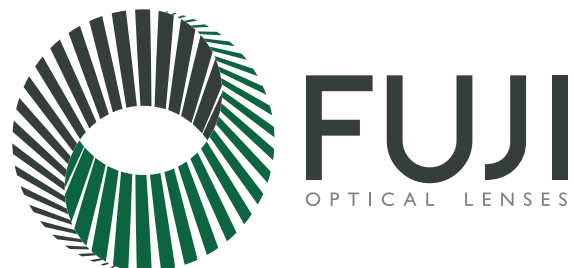


FreeForm

FUJIPURE, kullanıcıya özel tasarlanan tek odaklı cam yapısıyla camın tamamında net ve keskin görüş sunar. Gelişmiş tasarım teknolojisi sayesinde minimum görüntü bozulması, yüksek konfor ve hassas gözler için ideal bir görüş deneyimi sağlar.

Estetikten ödün vermeden geniş çerçeve özgürlüğü sunan FUJIPURE, günlük kullanım için mükemmel bir çözümdür.

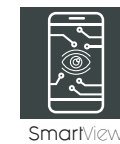
■ Net görüş ■ Hassas gözlere özel konfor ■ Şık tasarım



FUJIRELAX DİJİTAL DÜNYADA GÖZLERİNİZE MOLA.



ClearSight



SmartView



FreeForm

FUJIRELAX, yakın alan desteği sunan, yeni nesil kişiye özel tek odaklı cam tasarımıdır. Günde saatlerce ekran karşısında kalan gözler için geliştirilmiş yapısıyla, göz kaslarının rahatlmasına yardımcı olur ve dijital göz yorgunluğunu azaltır.

Presbiyopi öncesi tüm yaş gruplarına uygun
3 farklı adisyon seçeneği:

• 0.50 Dpt | • 0.75 Dpt | • 1.00 Dpt

■ Daha rahat ■ Daha az yorgun ■ Daha konforlu görüş

FUTURE NOW!

www.fujiopticallenses.com



VALENTINO
ORLANDI



DANIELKLEIN | GROUP